

## EL TEXTIL EUROPEO CONFIRMA UN RENACIMIENTO

Según los datos difundidos en Milán con ocasión de su certamen textil, los meses transcurridos del año 2007 confirman la tendencia de crecimiento iniciada en 2006, cuando el sector, después de cinco años de penalidades, creció un 1'5% y rebasó la barrera de los 9.000 millones de euros.

Los principales mercados consumidores son Alemania y, sobre todo, Francia junto con China y Hong Kong. Las exportaciones han crecido en el primer semestre de 2007 un 2'3%, lo que ocurre es que también han crecido las importaciones lo que perjudica la balanza comercial, que no obstante sigue siendo positiva.

Siento una enorme satisfacción personal al poder comunicar esta noticia en un momento en el que la mayoría de los sectores parecen hundidos en el pesimismo. Los que ya hemos rebasado los cincuenta años de vida laboral, sabemos de continuos ciclos de altibajos y de oscilaciones con épocas de bonanza y de penuria que se van sucediendo impulsadas por temas que a veces son imprevisibles de tipo social, político u económico.

Parece que nuestro sector ha tocado fondo y comienza su resurgimiento, sería el mejor regalo para estas Fiestas que se avecinan.

Como anticipo optimista y sincero, reciban mi mas cordial felicitación y el deseo de que pasen en compañía de sus seres queridos:



***Feliz Navidad y  
Próspero Año Nuevo***

***Paco Roca***

# PACO ROCA

## ROCA PRESENTÓ SU COLECCIÓN

Como ya es habitual, el equipo de diseño de Paco Roca - Grupo Torini, capitaneado por Cristina Roca, presentó su nueva colección para Ceremonia de la próxima primavera 2008.

Dicha colección se presentó en la Feria "Fira Nuvis" de Sabadell (Barcelona), en la de "Tot Nuvis" de Reus (Tarragona), en la Feria "Tu Boda" de Castellón, en la de Valencia denominada "Fiesta y Boda" y como empresa invitada, en la Feria "Los Amantes" de Teruel.

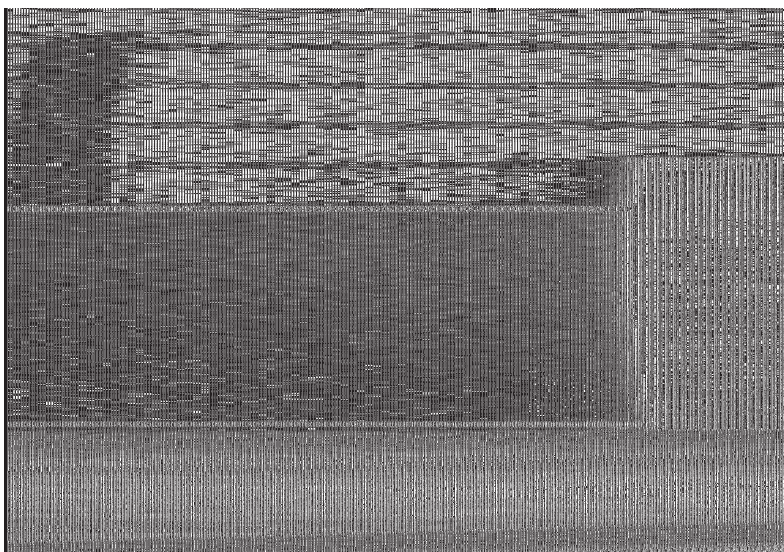


Desfile Moda Paco Roca: Teruel

Todas estas Ferias tuvieron una afluencia masiva de público destacando la de Valencia y Sabadell, por lógica al tener muchos más habitantes.

Las parejas que visitaron las Ferias ubicadas en Cataluña, incluyendo Lleida y Barcelona, y dejaron constancia de su dirección de correo electrónico, recibirán en breve plazo una cumplida información de nuestra colección.

Fueron varias miles las parejas de novios que deseando contraer matrimonio el año 2008, se acercaron para recabar información sobre nuestros diseños, lo que hace augurar a la empresa una primavera repleta de encargos.



Desfile Moda Paco Roca: Valencia

**PACO ROCA - GRUPO TORINI**  
le anticipa su felicitación navideña



**PARKA PIEL**

ANTES  
AHORA

P.V.P. 256<sup>00</sup> euros  
P.V.P. 185<sup>50</sup> euros



**AMERICANA (cheviot-lana)**

ANTES  
AHORA

P.V.P. 134<sup>00</sup> euros  
P.V.P. 93<sup>80</sup> euros

OFERTA  
**30%**  
NAVIDAD



**JERSEY PUNTO**

ANTES  
AHORA

P.V.P. 39<sup>50</sup> euros  
P.V.P. 27<sup>65</sup> euros



**TRAJE**

ANTES  
AHORA

P.V.P. 165<sup>00</sup> euros  
P.V.P. 115<sup>50</sup> euros

# PACO ROCA

## CURSO INTENSIVO DE MEDIDA INDUSTRIAL

La última semana de Noviembre, en la sede central de la empresa INDAUCO, S.L., hermanada con la comercial PACO ROCA - Grupo Torini, el propio Paco Roca impartió un curso acelerado sobre la técnica de llevar a cabo con éxito el sistema de Medida Industrial, creado por él mismo.

Los asistentes procedentes de Barcelona, Tarragona y Castellón escucharon las explicaciones técnicas y también alguna de práctica, en doble jornada de mañana y tarde, recibiendo al final del curso un dossier de recuerdo de todo lo explicado. Aunque es la práctica, según Paco Roca, la mejor escuela para el éxito futuro.

Si alguna persona relacionada con el mundo textil, tuviera interés en dominar y aplicar esta técnica para encargar trajes a medida, puede llamar a las oficinas de INDAUCO, S.L. (964-214066), donde le informarán de las fechas del próximo curso, que Paco Roca, imparte de forma GRATUITA.



---

---

## QUIZAS LE INTERESE SABERLO.....

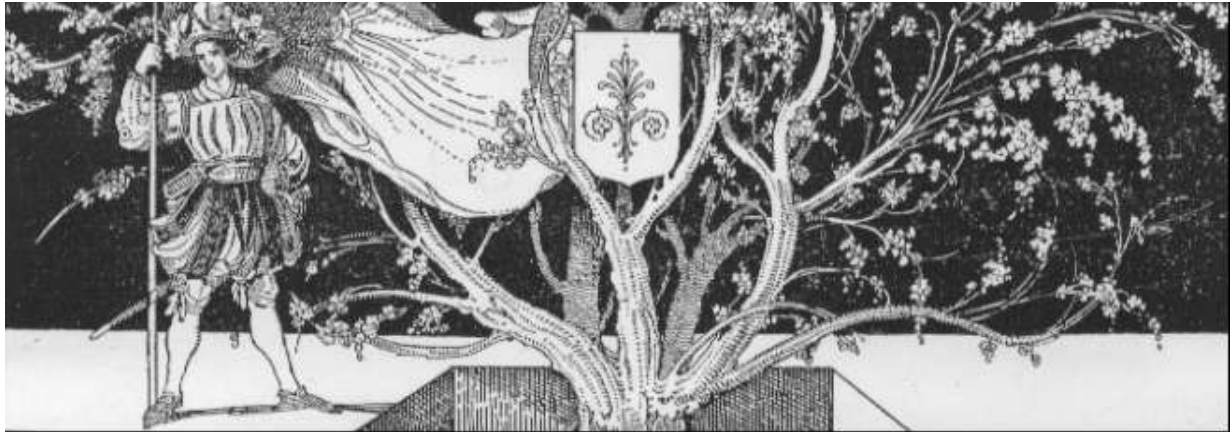
El mayor secreto

Probablemente no ha habido en la historia de la humanidad otro secreto mejor guardado que el de la seda. Dos mil años les costó a los japoneses averiguar como se las ingeniaban sus vecinos los chinos para producir aquellos tejidos de belleza y suavidad incomparables. En el empeño derrocharon toda la habilidad y la paciencia de que son capaces los pueblos orientales. Por fin lo consiguieron raptando a cuatro obreras y trasladándolas al Imperio del Sol Naciente en un viaje pródigo en aventuras e incidentes que ha sido después tema de poemas y narraciones en la literatura de los dos países.

Casi simultáneamente, una princesa china -cuyo nombre, a pesar de todo, no pasó a la historia- llevó a Khotán huevos de mariposa del gusano y semillas de morera. Lo hizo abusando de su condición real, que la eximía del minucioso registro obligatorio para cuantos abandonaban el país, y escondiéndolo todo, por si acaso, dentro de su complicado peinado.

4 Pero hasta entonces, millones de personas de toda condición, desde los mismos emperadores hasta el último campesino, fueron capaces de mantener en secreto durante veinte siglos el descubrimiento hecho por la emperatriz Si-ling-chi cuando advirtió que el hilo de oro de un capullo podía desenrollarse y ser tejido después. Mayor sigilo no se puede pedir.

## BREVE HISTORIA DEL VESTIR (continuación)



### EL RENACIMIENTO

La Moda en la época del renacimiento estuvo marcada por un sinfín de influencias políticas, religiosas, sociales y económicas. El descubrimiento del Nuevo Mundo y su posterior conquista, influyó enormemente en los países occidentales cuyas fronteras, aunque no como las actuales, ya estaban perfectamente delimitadas.

Considero imprescindible que, al margen de explicar las formas de las distintas prendas de la época, exponga algunas normas o costumbres que tenían una total repercusión en la forma de vestirse, que ayudarán a una mejor comprensión de algunos conceptos. Uno de los que mas sorprende a las jóvenes generaciones actuales es el de la higiene. Quedan extrañados al conocer que hasta entrado el siglo XVIII, las gentes podían estar meses incluso años sin lavar su cuerpo de forma adecuada. En realidad se lavaban muy poco, tan solo las manos y la cara para no aparecer sucios ante los ojos de familiares o amigos. Hay constancia de que un caballero, en el año 1672, enviaba a su dama en Alemania, un paquete con jabón de Italia, alegándole además, para mayor seguridad las instrucciones para su uso, que eran quizás desconocidas.

En la época medieval existían unos baños públicos llamados "estufas". Eran baños de vapor con unas tinas parecidas a las modernas saunas, y donde podía bañarse todo el mundo, vulgos y patricios, claro que en días diferentes. Se bañaban con camisones largos hasta los pies que se denominaban "camisas de baño". Dichas estufas fueron cerradas a principios del siglo XVI por razones higiénicas, se les atribuía la posibilidad de contagio de pestilencias, y por razones morales, pues parece ser que allí dentro sucedía de todo. De esta forma, la ya rara costumbre de lavarse se hizo aún mas rara en todos los niveles.

No es de extrañar que proliferaran las pelucas, pues al margen de la presunción cubrían muchas cabezas sarnosas o con piojos.

La moda extendida por toda Europa de llevar la casaca abierta y el calzón desde la cintura abrochado o atado bajo la rodilla, hizo que ganara en importancia una prenda hasta entonces secundaria: La camisa.

# PACO ROCA

En el siglo XVI ya comenzó a cobrar importancia con la gorguera que fue símbolo de la mas refinada nobleza. Desde aquel momento, la camisa de caballero se concibió principalmente para expresar, a través de sus adornos, su rango social.

La gorguera, que asumió a veces las dimensiones de una rueda de molino, nació en Italia, aunque su nombre procede del francés "gorge" (garganta). Era un cuello tan importante que pronto se separó del escote de la camisa para convertirse en accesorio de por sí. Tuvo tanta repercusión en toda Europa que desarrolló un nuevo oficio, el de las planchadoras - almidonadoras. En muchas ocasiones para mantenerse su rigidez, se hacía pasar por su borde exterior un alambre disimulado por un cordón de seda.

Dicen las crónicas que, en 1564 la reina de Inglaterra ordenó que trajeran a su corte una dama flamenca, una tal Dinham Vandeer Plasse, para que se ocupara de sus gorgueras. La Sra. Dingham obtuvo permiso para dar clases de almidonado a otras personas interesadas por dicha artesanía.

Se narra también que Enrique III, tildado por sus contemporáneos como un extravagante homosexual, vigilaba personalmente el planchado de sus gorgueras y las de su mujer. La operación duraba hasta que el capricho del rey quedaba satisfecho.

Por otro lado, los plateros alargaron los mangos de las cucharas para permitir que comieran los que, y eran muchos, llevaban aquel incómodo collar predilecto de la moda.

Alrededor de 1620, el sastre del rey Felipe IV de España y del infante Don Carlos, compadecido de los que llevaban aquellos cuellos tan altos y molestos, ideó un cuello

plano sostenido por un forro de tafetán azul. Los consejeros de Felipe IV, se escandalizaron por tal osadía y encarcelaron al inventor. No obstante alguien de las altas esferas se preocupó por la suerte del hábil abastecedor y fue rehabilitado y el cuello plano fue adoptado por todo el mundo, dejando en libertad, con alivio general, la nuez de la garganta de los elegantes de la época.

En el siglo XVI todos los novios esperaban de la mujer elegida el don obligatorio de una camisa bordada que en la mayoría de los casos ratificaba las alianzas matrimoniales. En aquellos



Cuellos y gorgueras en el siglo XVI. En la parte superior, a la izquierda, cuello en forma de rueda llevado por un caballero alemán, diseñado por Wenzel Hollar; a la derecha, cuello alechugado en un retrato atribuido a François Clouet. En la parte inferior, a la izquierda, la blanda gorguera holandesa en un retrato de Hans van Aachen y, a la derecha, la rica gorguera de encaje que llevaba la Duquesa de Savoya en una miniatura de la florentina Giovanna Garzoni.

tiempos, ya se sabe, el amor tenía poco que ver con el matrimonio.

"Si el sayo no hace al monje, la camisa sí que hace al señor", esta frase quedó plenamente confirmada en el siglo XVII, ya que, impecable en su blancura y en el planchado, suave en los tejidos y voluptuoso en los adornos de la pechera y puños que se lucían a través de la casaca desabrochada, era perfecta para el gracioso papel deseado por el estilo rococó.

La pasión por los encajes y por las blondas duró hasta la Revolución Francesa y afectó enormemente a los puños de las camisas. Costosos, preciosos, rebuscados y disputados, los puños no conseguían de todas formas, esconder las manos muy a menudo sucias y las uñas con lista negra de luto.

En aquellos años se difundió una nueva estratagema para evitar el despilfarro del jabón y poder dar la impresión de mudarse la camisa con cierta frecuencia: o sea, las medias mangas con una lista en la muñeca que se unía con ojales y botones a la altura del codo. También se inventó un complemento que dio en llamarse la "camisita postiza", que consistía en un peto ricamente bordado o lleno de puntillas que colgando del cuello bajaba hasta la cintura y se anudaba a la espalda con un cordón.

Debemos tener en cuenta que, al margen de algunos nobles muy ricos, la mayoría de los gentilhombres no tenían mas allá de dos o tres camisas en su ropero y que no se la cambiaban mas que media docena de veces al año, supliendo la negrura de su estado y el mal olor, perfumando la pechera y los puños con agua de azahar o de rosas.

El historiador Scarron afirma que las damas de su época se mudaban de camisa una vez al mes, y en la segunda mitad del setecientos la anciana marquesa de Coislin se quejaba ante Chateaubriand de la insistencia de sus criados para que la marquesa se mudase la ropa interior. - "¿Qué tonterías son éstas?, en mis tiempos no teníamos mas que dos camisas y nos las cambiábamos cuando ya no nos servían", estalló la inefable dama.

No obstante, una vez expuesta esa evidente falta de higiene, hay que decir para mayor comprensión que en los castillos o palacios de los nobles, y mucho menos en los habitáculos de los plebeyos, no había agua corriente ni desagües y que el agua debía transportarse en barreños o pellejos desde el pozo o río mas cercano y no todo el mundo disponía de criados que pudieran hacerlo a diario.

Retrocediendo a principios del siglo XVI es necesario constatar que el Renacimiento fue el movimiento que, iniciado en Italia, arrolló las ideas que engendraron los feudos, privilegios y luchas desalentadas y usurpadoras, en pro de beneficios egoístas que provenían mas de la fuerza que de la inteligencia.



# PACO ROCA

Renacieron en toda su magnitud los poderes científicos y filosóficos, poco menos que anulados por el peso de las armaduras. Fue la época de los grandes prelados italianos, a cuya sombra se formaron y triunfaron valiosos artistas, gloria del mundo entero. El Renacimiento se dejó sentir en todos los aspectos de la vida, asimismo influyendo en las costumbres y las modas hasta el punto de modificarlas por completo.

Entrando de lleno en el siglo XVI diremos que el alto coste de las ropas, que se encarecieron notablemente fue debido a la decadencia de la fabricación de paños que fueron sustituidos por sargas, estameñas y ricos brocados. Esto hizo que con la rigidez de los nuevos géneros desapareciera la moda ceñida al cuerpo y dieron paso a unas líneas mas sueltas o despegadas siendo los "abollados" los mas rápidamente aceptados por toda Europa. Provenientes de Alemania, en España fueron introducidos por el Emperador Carlos I.

Al tipo de traje acuchillado diósele también el nombre de "trusa", entendiéndose por acuchillado, cortes verticales que dejaban al descubierto el forro y les dan tipo de bandas o listados. Se utilizaba en pechos, mangas y calzas y se prestó a múltiples combinaciones, la mayor parte de ellas de fausto extraordinario.

Quizá algunas crónicas de la época, parecidas a algunos programas televisivos actuales nos ayudarán a comprender el fausto y la evolución de la Moda del Renacimiento.



- "Carlos VI: 1000 martas cibelinas por mes para el forrado de sus abrigos".

- "Seis vestidos reales: Felipe el Bravo, se ha cambiado cinco veces, con vestidos cada vez mas fastuosos, para recibir en París a la reina Isabel".

- "España prohíbe el empleo de seda en su vestimenta a todos aquellos que no cuenten reyes entre sus antecesores o no dispongan de caballos en sus cuadras".

- "Las mangas van a hincharse".

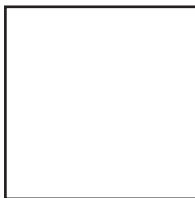
- "Carlos V lanza la moda del gris antracita".

- "Novedad: los bolsillos en las calzas, para meter en ellos los relojes de Nuremberg".

Durante siglo y medio Europa tuvo encantadores estremecimientos de elegancia. Jamás los hombres, ni aún en la Roma agonizante o en el Egipto decadente habían hablado tanto de trapos. A lo lejos un galope de mosqueteros, una elegancia mas ""british", hará que los "reventados", los rellenos y acolchados, los "pizzicatti" de la elegancia a la manera de Mantua se escondan en los desvanes.

(Continuará)...

## LOS COLORES DE LOS TEJIDOS CAUSEN ESTAS SENSACIONES



Excepcionalidad y magia, pero también muerte. Como símbolo de inocencia (traje de novia), sólo tiene un siglo de tradición.



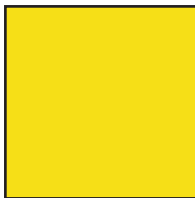
Dolor, pecado y muerte; de ahí el luto.  
Elegante por su dramatismo y su distinción de los demás colores.



Abnegación y modestia y, por ser una mezcla, ambigüedad.  
Es convencional, ciudadano y uniformiza.



Como es el color de la sangre sugiere fuerza, vitalidad y calor, pero también peligro.  
Pasión sexual e ira.



Por ser el color del Sol sugiere luz, alegría, optimismo y juventud.  
Es frecuente en la ropa infantil.  
Llama la atención.



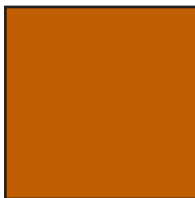
Asociado a la distancia, el cielo, y a la devoción religiosa.  
Armonía y relajación.  
Es el más común en la ropa.



La naturaleza, o sea, la libertad y la fuerza vital.  
Lo llevan los proscritos y rebeldes, además de las hadas y los elfos.



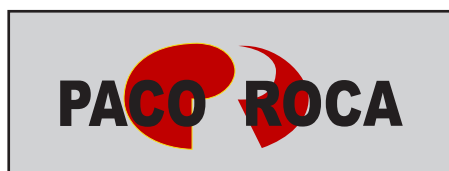
Fué muy difícil y caro de obtener, por eso es un color asociado a la nobleza y al poder.



Estabilidad y fuerza, ya que es el color de la tierra.  
Barato y austero, sirve para los hábitos y ropa sport.



Cualquier estampado confiere estatus.  
Las flores se asocian a lo femenino.



**PALABRAS Y MARCAS**  
Comunica lemas de forma inmediata y clara.  
La marca difunde mensajes de consumo.



## REPRESENTANTES: ¿Una profesión a extinguir?

La profesión de representante se inició en Bremen (Alemania) cuando los comerciantes de dicha ciudad, enviaban agentes a Noruega para que ofrecieran sus productos y recogieran los pedidos a cambio de un porcentaje, cosa que nunca antes había sucedido. Eso ocurrió unos trescientos años antes de que por aquí acabáramos la Reconquista.

Otros tres siglos después tendría lugar la Revolución Industrial, iniciada por Inglaterra y continuada por España y otros países. El agente o representante comisionista, especialmente en el textil, era una figura característica, no solo en el comercio sino también en la vida social, y por derivación en la literatura costumbrista y en el cine.

En el desarrollo del negocio textil, el representante ha sido hasta ahora una pieza clave, y de su buen hacer ha dependido en gran parte el éxito de una colección. Pero parece haber entrado en crisis, como tantas profesiones, por un problema de ausencia de relevo generacional.

La mayoría de los actuales representantes son veteranos, que están próximos a la edad de la jubilación. Era tradicional que, en esa fase de su vida profesional, los representantes "senior" viajaran acompañados de sus hijos o sobrinos, o de jóvenes colaboradores, destinados a sucederles y a heredar su cartera de clientes, que era unpreciado activo.

Pero parece que ahora el oficio de viajar cargado de maletas, aunque sea por excelentes autopistas y no por carreteras mediocres como antaño, sacando en cada tienda los muestrarios para "hacer el artículo", si bien todavía puede ser bastante remunerador, ya no es atractivo para los jóvenes como objetivo en la vida.

De ahí que, cada vez mas, los fabricantes se vean en la necesidad de movilizar personal de plantilla para visitar a los clientes directamente y hacerles una amplia y correcta presentación de los nuevos productos, al tiempo que se les propone fórmulas de merchandising incluyendo proyectos de corners o de escaparatismo, lo que, en definitiva, da al oficio de vender una nueva dimensión.

En el futuro puede que llegue a parecernos ilógico que una persona haga cientos de kilómetros para mostrarnos un trozo de tejido o una pieza de un modelo determinado, cuando la tecnología, seguramente, podrá mostrarnos al momento cualquier producto en tres dimensiones e incluso, en un alarde de fantasía, podamos experimentar su tacto y olor. Personalmente soy de los que cree que, a pesar de todos los adelantos técnicos, el factor humano es y seguirá siendo importante, pero....

## ENTREVISTA A ÁNGEL ASENSIO, PRESIDENTE DE FEDECON

D. Ángel Asensio es presidente de Fedecon (Federación de las Industrias de la Confección), desde el pasado mes de Enero. Concedida la entrevista lo que hago es preguntarle, casi a bocajarro, por el estado de salud del sector.

-“No estamos en crisis, pero sí en un proceso de transformación, porque las circunstancias generales han cambiado. Los intangibles están superando en importancia a los tangibles, antes lo importante era el proceso de producción, los segundos que se tardaba en confeccionar una prenda. Nuestro valor añadido no procede ya de una manga o un delantero, sino del diseño, la imagen y la marca.

- Entonces ¿ En el futuro ya no será un sector de fábrica, sino de marcas ? ¿Qué pasará con los talleres de nuestro país?

-“Para pronosticar el futuro lo mejor es basarse en los históricos y estos nos dicen que manufactura es inversamente proporcional a país desarrollado. Dentro de España la industria de la confección se ha ido desplazando de Cataluña a Andalucía y de Madrid a Castilla la Mancha, en busca de salarios mas económicos. Esto se traduce ahora en salir mas allá de nuestras fronteras. No obstante no debe desaparecer el tejido industrial, pues cada vez será mas importante la capacidad de reacción y el poder servir series cortas en un breve plazo de días”.

-¿Cuáles son los ejes de actuación de Fedecon en este nuevo mandato?.

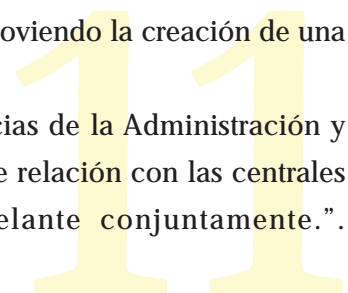
-“Se corresponden con los principales desafíos del sector, y para cada uno de los objetivos hemos creado una comisión:

1º Proceso de internacionalización. Una de las vías naturales de crecimiento es exportar. Tenemos que ajustar los presupuestos del Icx a nuestra realidad exportadora.

2º Nuevas tecnologías. Se está evaluando las necesidades del sector para acometer un plan de transformación tecnológica que haga a las empresas mas competitivas.

3º Relaciones con la distribución. Hay empresas de distribución con un gran peso en el mercado y es lógico que tengamos un punto de encuentro especial. Pero además nos interesa mucho el comercio multimarca, estamos estudiando fórmulas conjuntas fabricante – distribuidor multimarca que permitan revitalizar ese canal. También se está promoviendo la creación de una patronal de comercio textil de alcance nacional.

4º Relaciones Institucionales. Trabajamos ante todas las instancias de la Administración y estamos presentes en todos los foros, además de tener una excelente relación con las centrales sindicales, porque tenemos muchos proyectos a sacar adelante conjuntamente.”.



- En la última Feria Midec celebrada en París, (Feria dedicada al calzado), se expusieron 25 obras maestras del Museo Internacional del calzado de Romans, y tuvo lugar el acto de concesión de la medalla de esta ciudad a Raymond Massaro "el último maestro zapatero de Francia", que creó modelos únicos para modistos de la alta costura francesa y que ya en 1994 fue nombrado "Maestro de Arte" por el Ministerio de Cultura.
- Tal como informamos en boletines anteriores a la empresa sueca H & M le fue denegado la apertura de un local en al avenida parisina de los Campos Elíseos. Sin embargo H & M recurrió ante la Comisión Nacional de Equipamiento Comercial, la cual resolvió a su favor, con lo que ha encargado su inmediata ejecución, que se calcula que puede estar terminada entre el 2009 y 2010.
- Después de conocerse los datos de 2006, el ranking mundial de los grandes almacenes queda establecido, con facturación de millones de euros:
  - 1º.- Sears Holding - E.E.U.U. = 42.220
  - 2º.- Federated - E.E.U.U. = 21.480
  - 3º.- Grupo El Corte Inglés - España = 17.093
  - 4º.- J.C. Penny Group - E.E.U.U. = 15.851
  - 5º.- Marks & Spencer Group - Reino Unido = 12.597
  - 6º.- Kols - E.E.U.U. - = 12.380
  - 7º.- Mitsukoshi + Isetan - Japón = 10.752
  - 8º.- J.Front Retailing - Japón = 7.964
  - 9º.- Takashimaya - Japón = 7.080
  - 10º.- Nordstrom - E.E.U.U. = 6.818
- La firma francesa Lacoste y su licenciada en España, la firma Basi, han hecho público su malestar por un video difundido a primeros de Octubre en apoyo a la asignatura "Educación para la Ciudadanía" en la que se parodia a una muchacha socialista que acertaba todas las preguntas y su oponente un joven caracterizado como "pijo" simpatizante del P.P. que falla siempre, dándose la circunstancia de que este último viste un polo rosa que lleva bordado un cocodrilo verde que todo el mundo puede asociar con la marca.
- La marca alemana de artículos deportivos Adidas comunicó el pasado 20 de Septiembre que será uno de los principales patrocinadores de los Juegos Olímpicos de 2012 en Londres, y la marca oficial de ropa deportiva de dichos Juegos.

### CENTRAL

**GRUPO TORINI**  
 Ciudad del Transporte  
 C/ Gran Bretaña, 15  
 12006 \* Castellón  
 Tel. +34 964 214 066  
 Fax +34 964 254 018  
 www.grupotorini.es

### TIENDAS

**ALBACETE**  
 Calle Mayor, 43  
 Tel. 967 521 534

**REUS**  
 Plaza Jaime I, 4  
 Tel. 977 340 450

**CASTELLÓN**  
 Avda. Doctor Clará, 10  
 Tel. 964 242 210

**SABADELL**  
 C/ Filadors, 12-14  
 Tel. 937 168 404

**VALENCIA**  
 C.C. El Saler, Local 57  
 Tel. 963 953 218

**LLEIDA**  
 C/ Anselmo Calvé, 41  
 Tel. 973 220 673

**GANDIA**  
 Plaza Jaime I, 4  
 Tel. 962 878 452