

FAST TALKS

5 OUTUBRO - 16H00
ESTUFA FRIA

LIVE STREAM EM
REDBULL.PT

UMA INICIATIVA CONJUNTA



LISBOA
CÂMARA MUNICIPAL

MODALISBOA

PROMOTOR

cenit.

PARCEIRO

**ANIVEC
APIV**

COFINANCIADO POR

**COMPETE
2020**

**PORTUGAL
2020**



UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu
de Desenvolvimento Regional

FAST TALKS

As Fast Talks desta edição refletem temas como moda e política. No cruzamento destes dois mundos, pretende-se trazer para a discussão diferentes perspetivas de vários profissionais da indústria, críticos e artistas.

Num momento histórico em que a discussão política (mundial e local) é necessária e incontornável, iremos receber oradores com diversos backgrounds que vão partilhar a sua visão sobre este tema e trazer para a conversa diferentes pontos de vista.

Espera-se uma visão abrangente, trazida por educadores, jornalistas e escritores, cujas visões se debruçam sobre a atualidade, o mercado de moda, política, género e diversidade, cruzando-a com o estado atual da moda contemporânea.

This edition's Fast Talks will reflect contemporary issues, such as Fashion and Politics. On the crosspaths of such distinct worlds, we aim to show different perspectives from several industry professionals, artists and critiques.

In a time when discussing local and world politics has become increasingly important if not crucial, we will welcome speakers from different backgrounds which will share their views and bring to our discussion interesting points of view on these matters.

We will offer a comprehensive vision, brought by educators, journalists and writers, whose visions are focused on contemporaneity, the fashion market, politics, gender and diversity, crossing it with current matters of the fashion business.



ALEXANDRA BONDI DE ANTONI

Desde janeiro de 2015 que Alexandra Bondi de Antoni é editora da i-D Germany, sendo responsável pelo conceito editorial e desenvolvimento de conteúdos e parcerias com marcas. Nos últimos dois anos, tem sido convidada para diversas palestras, painéis e sido membro de júris na Bélgica, Colômbia, Alemanha e Islândia. Trabalhou também como tutora para as turmas de moda na UdK Berlim. Em 2017, foi nomeada como uma das Forbes 'Media 30under30. Atualmente, continua também a trabalhar como freelancer em vários projetos em Berlim e Viena.

Since January 2015 Alexandra Bondi de Antoni is the editor of i-D Germany. She is in charge of editorial concept and development of branded content and partnerships. In the last two years she was invited to lecture, participate in panels and be a jury member in Belgium, Colombia, Germany and Iceland and worked as tutor for the fashion class at the UdK Berlin. Beginning of 2017 she was named as one of Forbes' Media 30under30. She continues to work on a number of freelance projects in Berlin and Vienna.



AURÉLIA VIGOUROUX

Depois de se formar na Sorbonne em 2003, Aurélia Vigouroux iniciou a sua carreira no departamento de marketing da Guerlain, Chanel e Yves Rocher. Rapidamente decide lançar-se por conta própria e fundou o Amused, um gabinete de comunicação de Moda e Media em 2009. A sua filosofia é inspirada no mix Moda / Arte. Especializada em estratégias digitais, trabalha em projetos prospectivos de identidade para a ELLE.FR, MARIE CLAIRE, CHANEL, L'OREAL, NELLY RODI e é apaixonada por marcas emergentes, desenvolve uma secção dedicada de consultoria nas suas necessidades fundamentais. Em 2016, junta-se à Maison Méditerranéenne des Métiers de Mode, fundada há 30 anos em Marselha pela mãe Maryline Bellieud Vigouroux. À frente do departamento de consultoria de estratégia e comunicação do MMMM, ela é responsável pelo Festival OpenMyMed que oferece uma Exposição Carte Blanche para designers jovens e talentosos, como Jacquemus este ano, o Prémio OpenMyMed aberto a 19 países, incluindo Portugal, apoia o NOW GEN Designers mediterrâneos com o primeiro campus de formação de moda e The Fashion Education em parceria com a Universidade Aix-Marseille para treinar a nova geração de Métiers de moda com um ciclo completo de licenciatura e mestrado 1 e 2, que será completado este ano pelo lançamento do primeiro Fashion University Chaire.

After graduating from Sorbonne in 2003, Aurélia Vigouroux began her career in the marketing department at Guerlain, Chanel and Yves Rocher. She quickly decides to strike out on her own and founds Amused, her Fashion and Media communication office in 2009. Her philosophy is inspired by the slash duo Fashion/Art. Specialized in digital strategies she works on prospective identity projects for ELLE.FR, MARIE CLAIRE, CHANEL, L'OREAL, NELLY RODI and passionate by emerging brands she develops a dedicate consulting section focus on their fundamental needs. In 2016 she joins the Maison Méditerranéenne des Métiers de La Mode founded 30 years ago in Marseille by her mother Maryline Bellieud Vigouroux. At the head of the strategy and communication consulting department of the MMMM, she is in charge of OpenMyMed Festival which offers a Carte Blanche Exhibition to young and talented designers such as Jacquemus this year, OpenMyMed Prize opened to 19 countries included Portugal supports the NOW GEN Mediterranean designers with the first fashion booster campus and The Fashion Education in partnership with Aix-Marseille University to train the new generation in Fashion Métiers with a complete cycle of degree courses (undergraduate and Master 1&2) which will be completed this year by the launch of the first Fashion University Chaire.



DANILO VENTURI

Escritor, conferencista, consultor e diretor da Polimoda, Instituto Internacional de Design de Moda e Negócios.

Especializado em Direção de Arte e Branding Estratégico para Moda, com formação académica em Política e uma carreira interdisciplinar nas áreas da música, e-commerce, concept-stores e lingerie de luxo.

Obscuro com a investigação ética e estética, propõe uma abordagem conceptual da moda, é um gerente visionário, sempre atento a novas linguagens e imagens, autor dos livros 'Luxury Hackers' e 'Momenting the Memento'.

Writer, Lecturer, Consultant and Director of Polimoda, International Institute of Fashion Design & Business.

Specialised in Art Directing and Strategic Branding for fashion, with an academic background in Politics and an interdisciplinary career featuring music, e-commerce, concept stores and luxury lingerie.

Obsessed with ethic and aesthetic research, proponent of a conceptual approach to fashion, a visionary manager, always attentive to new languages and imageries, author of 'Luxury Hackers' and 'Momenting the Memento'.



GONÇALO CASTEL BRANCO

Gonçalo Castel-Branco tem 36 anos e dedicou 18 à criatividade e inovação. Originalmente formado em Marketing (EPI 1995-8), ganhou vários prémios nacionais e internacionais pelo seu trabalho para marcas como PT, Vodafone, Yorn, Sumol e entretenimento televisivo e programado, como o prime time Família Superstar, Globos de Ouro, Sic Parade e "Os Produtores".

Fundador e Diretor Criativo para a Action4 Activism (2004) e Cherry Entertainment (2008), atuou na campanha nacional bem sucedida de Pedro Passos Coelho como chefe de Engagement Juvenil e Diretor Digital, além de servir o Governo Português como Consultor Sénior para Estratégia Digital. Em 2012, juntou-se à proposta de reeleição de Barack Obama, trabalhando no GOTV em Washington e Virgínia. Em 2014, foi Diretor de Voto da Juventude para o Estado de Pernambuco nas eleições presidenciais do Brasil e Capitão de Canvas para o maior escritório de campo da Carolina do Norte para a candidatura presidencial de Hillary Clinton em 2016.

É Ceo e Chefe Curador de "The Presidential", cozinheiro a tempo parcial e anfitrião no "28a Lisbon", produtor da "Avenida Q" e pai a tempo inteiro de duas jovens poderosas.

Gonçalo Castel-Branco is 36 years old and has dedicated 18 to creativity and innovation. Originally trained in Marketing (1995-8 EPCI), he won several national and international awards for his work for brands like PT, Vodafone, Yorn, Sumol and televised and staged entertainment like prime time Família Superstar, Globos de Ouro, Sic Parade and "The Producers".

Founder and Creative Director for Action4 Activism (2004) and Cherry Entertainment (2008), he served on Pedro Passos Coelho's successful national campaign as head of Youth Engagement and Digital Director, as well as serving the Portuguese Government as Senior Adviser for Digital Strategy. In 2012 he joined Barack Obama's reelection bid, working in GOTV in Washington and Virginia. In 2014 was Youth Vote Director for the Pernambuco State in Brazil's Presidential election and Canvas Captain for the largest North Carolina field office for Hillary Clinton's 2016 presidential bid.

He is Ceo and Chief Curator for "The Presidential", part-time cook and host at "28a Lisbon", producer at "Avenida Q" and full time dad to two powerful young women.



MISHA PINKHASOV

Misha Pinkhasov é co-autor do livro *Real Luxury: How Luxury Brands Can Create Value for the Long Term*. É também diretor e co-fundador da consultora de estratégia social e empresarial NAIR-SAFIR, cuja missão é “colocar pessoas em negócios” através de práticas que criam valor compartilhado entre empresas, a sua comunidade e os indivíduos que compõem ambos.

Misha trabalhou em comunicação internacional, políticas públicas, mercados financeiros, branding e media por 17 anos, incluindo 9 anos como gerente de comunicações na OCDE. Escreve sobre o mercado de luxo, cultural e responsabilidade social para os media de consumo e comércio, incluindo *Vogue* (Rússia e Arábia), *Luxury Society* e *The Huffington Post*. Regularmente, é também orador sobre estes temas para universidades, empresas e conferências.

Possui MBA em Gestão Internacional de Marcas de Luxo da ESSEC Business School em Paris e Licenciatura em Economia do Consumidor pela Cornell University em Nova York.

*Misha Pinkhasov is co-author of the book **Real Luxury: How Luxury Brands Can Create Value for the Long Term**. He is also Principal and Co-Founder of NAIR-SAFIR social and business strategy consultants, whose mission is “Putting people in business” through practices that create value shared between firms, their community and the individuals that comprise both.*

*Misha has worked in international communications, public policy, financial markets, branding and media for 17 years, including nine years as a communications manager at the OECD. As a writer, he covers luxury, culture and socially responsible business for consumer and trade media including *Vogue* (Russia and Arabia), *Luxury Society* and *The Huffington Post*, and he speaks regularly on these topics to university, corporate and conference groups.*

Misha holds an MBA in International Luxury Brand Management from ESSEC Business School in Paris and a Bachelor's in Consumer Economics from Cornell University in New York.



MODERADORA

JOANA BARRIOS

Joana Barrios é atriz formada pela ESTC, fez uma pós-graduação em Crítica de Cinema e Música Pop e passou uma temporada com a coreógrafa Anna Sánchez, em Barcelona.

Começou a trabalhar com a sua companhia fetiche, o Teatro Praga, em 2008, muito por causa de uma T-Shirt de Sonic Youth. Não parou. O romance dura até hoje.

Entre 2010 e 2013 foi a porteira de discoteca mais simpática de sempre, no Lux/Frágil.

Escreve. Imenso. Mantém a TRASHÉDIA ativa desde 2009. Foi cronista do Semanário SOL entre 2013 e 2015. Foi pivot do Inferno do Canal Q na temporada de 2015/2016.

Joana Barrios is an actress graduated by ESTC, and post graduated on Film Critic and Pop Music. Joana has also spent a season working with choreographer Anna Sánchez in Barcelona.

She started working with her fetish company, Teatro Praga in 2008, largely because of a Sonic Youth T-Shirt. And she didn't stop. The romance lasts until this day. Between 2010 and 2013 she was the person handling the door and the face of the friendliest nightclub ever, Lux / Frágil.

She writes. Constantly. Actively feeds TRASHÉDIA since 2009. She was chronicler of the weekly newspaper SOL between 2013 and 2015. Joana was pivot at Channel Q's Inferno program – which translates as Hell in the 2015/2016 season.