

FASHION STREET

AUTUMN & WINTER 2016/17



RAFAEL NADAL
#TOMMYXNADAL

TOMMY  HILFIGER





FURLA





FURLA







A fashion advertisement for Massimo Dutti featuring two models. The model on the left has long, straight blonde hair and is wearing a dark brown, ribbed turtleneck sweater with a white lace hem. The model on the right has long, wavy reddish-brown hair and is wearing a black, oversized coat with a large collar over a light purple, long-sleeved dress with a lace hem. She is also carrying a dark red handbag with a silver buckle. The background is a textured, grey wall. The brand name "Massimo Dutti" is written in a white, cursive font across the center of the image.

Massimo Dutti



A fashion advertisement for Massimo Dutti. The image shows two men in a city setting. The man in the center is wearing a dark navy blue suit jacket over a textured orange sweater and a light-colored collared shirt. He is leaning against a light-colored wall. To his left, another man is partially visible, wearing a dark navy blue coat. The background is a blurred urban environment with a light-colored wall and a window. The brand name "Massimo Dutti" is written in a white, cursive font across the middle of the image.

Massimo Dutti

KÖZREMŰKÖDŐK CONTRIBUTORS

PUSZI NYUSZI
Nyúl
Rabbit
(Uncovered)

VISZLAY MÁRK
Fotós
Photographer
(Uncovered)

BOGNÁR HAJNALKA
Stylist
(Ceci n'est pas une illusion)

RADVÁN SIMON
Fodrász
Hair stylist
(Ceci n'est pas une illusion)

OLEG BORISUK
Fotós
Photographer
(Ceci n'est pas une illusion)



LAMI JULI
Főszerkesztő
Editor in Chief



ARATÓ ALÍZ
Művészeti vezető
Art Director



ÁRPA KAROLINA
Smink
Make-up artist
(Ceci n'est pas une illusion)



KAZAL VIKTÓRIA
Stylist
(Uncovered)

KOZMA NORBI
Fodrász
Hair stylist
(Uncovered)



TOFFEE NUT
LATTE


FUDGE
HOT CHOCOLATE



ÜNNEPI
ízek



Starbucks
Fashion Street
1052 Budapest,
Deák Ferenc utca 23.



GINGERBREAD
LATTE



MAJA WERK FOTÓK MAJA'S WERK



IMPRESSZUM IMPRESSUM

2016 őszi & téli
2016 Autumn & Winter

A Fashion Street Magazin
a Fashion Street hivatalos márkamagazinja.
Fashion Street Magazine
is the official brand magazine of Fashion Street.

Főszerkesztő Editor in Chief
Lami Juli

Művészeti vezető Art Director
Arató Aliz

Közreműködők Contributors
**Bognár Hajnalka, Oleg Borisuk,
Kazal Viktória, Liz Mayer, Mihály Boldizsár,
Szűcs Péter, Vizslay Márk**

Grafikai tervezés és tördelés Layout and Design
AD House Kft.

Olvasószerkesztő Copy Editor
Darvasi Linda

Fordítás Translation
Kulcsár András

Kiadó Publisher
**Fashion Street Kft.
Fashion Street, Deák Palota,
1052 Budapest, Deák Ferenc u. 15.**

Marketing Management Marketing Management
ifj. Csipak Péter

Hirdetésfelvétel Advertising
**e-mail: magazin@fashionstreet.hu
telefon: + 36 1 411 2676**

Nyomdai kivitelezés Printing
**Grafit Pencil Nyomda Kft.
1046 Budapest, Klauzál utca 9.
grafitpencil.hu**

Kapcsolat Contact
e-mail: magazin@fashionstreet.hu

Megjelenik évente kétszer.
Published twice a year.

Megtalálható a Fashion Street üzleteiben, 4-5*-os
hotelekben és luxus szállodákban, illetve kiemelt divat-
és szépségszalonokban, éttermekben, bisztróknál.
Distributed in Fashion Street's stores, 4-5* hotels, and in
highclass beauty-shops, restaurants, bars.

fashionstreet.hu



LACOSTE





LACOSTE



TARTALOM

CONTENT

- 12** KÖZREMŰKÖDŐK
CONTRIBUTORS
- 18** PROLÓGUS
PROLOGUE
- 24** ILLÚZIÓ LENNE AZ EGÉSZ?
COULD IT ALL BE JUST AN ILLUSION?
- 32** CECI N'EST PAS UNE ILLUSION
CECI N'EST PAS UNE ILLUSION
- 54** VARIÁCIÓK EGY TÉMÁRA
VARIATIONS ON A THEME
- 62** WOSSALA ROZINA
ILLÚZIÓK NÉLKÜL AZ ŐSZINTE GASZTRONÓMIÁRÓL
ROZINA WOSSALA
ABOUT HONEST GASTRONOMY, WITHOUT ILLUSIONS
- 72** TITKOS RÉSZLETEK
HIDDEN DETAILS
- 86** LELEPLEZVE!
UNCOVERED!
- 111** KREDITEK, ÜZLETLISTA
CREDITS, SHOPPING LIST

ILLUSION



Foto Photography by Oleg Borisuk

ILLÚZIÓ

Bevallom, amikor nekiálltam ennek a beköszönőnek, arra gondoltam, valami jól csengő idézettel kellene kezdeni. Miközben az interneten böngésztem a leginkább ide illő mottóért, rájöttem, hogy az illúzió egy olyan fogalom, amelyet számtalan módon meg lehet közelíteni. Találtam igen hangzatos, filozofikus, szerelmes, vagy egészen elfogadható, de teljesen értelmetlen magyarázatokat is e fogalom természetéről, feltűnt, mennyiszor szerepel az illúzióról szóló idézetekben a valóság szó.

Illúzió és valóság. Szeretünk erről a két dologról úgy beszélni, mintha egymás ellentétei lennének, pedig valójában kiegészítik egymást, mint a jin és a jang. Mi lenne velünk, ha a világ csupán illúzió lenne, mint ahogyan a keleti bölcsek tartották? Bizonyára hiányolnánk a valóságot, hiszen a realitásra és racionalitásra is szükségünk van a mindennapokban. És mi lenne, ha nem lennének illúziók? Nélkülük lélektelen robotok lennének egy kopár és kietlen világban. Hinnünk kell az illúzióban, mert ez teszi a valóságot igazán mágikussá.

Élvezettel kevertük össze a realitást és az a víziót a Fashion Street Magazin e számában. Rájöttünk, hogy a valóság és az illúzió varázslatos keveredése az, ami egyensúlyt teremt.

Bízom benne, hogy amikor átlapozzák ezt a magazint, egy pillanatra Önök is megfeledkeznek arról a törékeny határról, ami valóság és a varázslat között húzódik. Hiszen erről szólnak a most következő hetek is. Végezetül pedig mindenkinek boldog és békés Karácsonyi ünnepeket kívánok!

I have to admit, when I first began writing this prologue, I was seriously considering opening with a clever quote as the best option. However while browsing the web for a suitable quote, I came to the realization that illusion is a concept which can be approached in countless ways. I found sonorous, philosophical, amorous, quite acceptable, as well as completely nonsense definitions and explanations before it struck me, how often the word reality is part of these citations about illusion.

Illusion and reality. We tend, and even love to talk about these two ideas as if they were opposites, whereas in fact they complement each other, like the a yin and the yang. What would we become if the world would be nothing but an illusion, as eastern wise man once thought? We'd certainly miss reality, for in our daily lives we desperately need realism and rationality. And what would happen without any illusions? Without them we'd be soulless robots in a bleak and dreary world. We have to believe in illusions, because they turn our reality into something truly magical.

When we were working on this issue, we found great joy in mixing reality and illusion. We realized that the enchanting blend of reality and illusion is what keeps the balance.

I hope that leafing through this magazine, even if only for a moment, you will also forget about the fragile boundary between reality and fascination. After all, that's what the coming weeks should be all about as well. And in this spirit I'd like to wish all of you joyful Christmas holidays!

Csipak Péter



© 2016 D. Swarovski Distribution GmbH, Swarovski-Be 30, 6112 Wattens, Austria.

Left: CADENZA Clip-on Earrings € 129 / HUF 42.900 / CZK 3.790, Necklace € 299 / HUF 99.900 / CZK 8.790, Ring € 89 / HUF 29.900 / CZK 2.590, Bracelet € 179 / HUF 59.900 / CZK 5.190
 Right from top to bottom: CADENZA € 69 / HUF 21.900 / CZK 1.990 CAMILLE ENRICO € 249 / HUF 82.900 / CZK 7.490 LES GEORGETTES Medium Cuff € 109 / HUF 34.900 / CZK 3.190, Large Cuff € 119 / HUF 39.900 / CZK 3.490,
 Leather Inlay € 29 / HUF 9.900 / CZK 890 CASHA FOR CADENZA € 199 / HUF 64.900 / CZK 5.990 CADENZA € 149 / HUF 49.900 / CZK 4.490 KATE SPADE € 55 / HUF 19.900 / CZK 1.790
 AZZARO € 219 / HUF 72.900 / CZK 6.490 CAMILLE ENRICO € 179 / HUF 59.900 / CZK 5.190 EDDIE BORGIO € 399 / HUF 129.900 / CZK 11.900



CADENZA

HANDPICKED LUXURY FASHION JEWELLERY

AZZARO
PARIS

TORY BURCH

KENZO

VERSACE

kate spade
NEW YORK

WWW.CADENZA.COM

CADENZA



Left: OTAZU Earrings € 129 / HUF 42.900 / CZK 3.790, Necklace € 349 / HUF 114.900 / CZK 10.400, Statement Bracelet € 219 / HUF 72.900 / CZK 6.490
TED BAKER Rings, each € 49 / HUF 15.900 / CZK 1.490, Cuffs, each € 59 / HUF 19.900 / CZK 1.790 LA HOLA Crystal Bracelet € 99 / HUF 32.900 / CZK 2.990
Right: HÉLÈNE ZUBELDIA Necklace € 379 / HUF 124.900 / CZK 10.900, Earrings € 249 / HUF 82.900 / CZK 7.490, Cuff € 549 / HUF 179.900 / CZK 15.900



AZ AJÁNDÉKUNK ÖNNEK!

11.14-IKE ÉS 12.25-IKE KÖZÖTT 50.000 FT FELETTI VÁSÁRLÁS
ESETÉN A RITUALS MÁRKA EXKLUZÍV ILLATGYERTYÁJÁT AJÁNDÉKOZZUK
ÖNNEK - KÖSZÖNETUL BIZALMÁÉRT!*



Illúzió LENNI

COULD IT ALL BE

A DIVATIPARBAN A KORÁBBI „MINDENNÉL FONTOSABB, HOGY MIT MUTATSZ, ÉS MIT GONDOLNAK MÁSOK” ILLÚZIÓJA HELYETT ELŐTÉRBE KERÜLT AZ ŐSZINTESÉG ÉS A HITELESSÉG. EGY MAGÁRA VALAMIT IS ADÓ MÁRKA MÁR NEM SZERETNE TÖBB LENNI ANNÁL, MINT AMI. ELÉRHETŐ, SZERETHETŐ ÉS TÖBB MINT EGYSZER IS VISELHETŐ. ÉS MI SEM SZERETNÉNK MÁR MÁSNAK KINÉZNI, MINT AKIK VALÓJÁBAN VAGYUNK. EGYSZERŰEN NEM ÉRI MEG AZ EGÉSZ MACERA. AZ ÖNAZONOSSÁG KÉTSÉGTENŰL SZEXI, A TERMÉSZETESSÉG ÉS ÖNMAGUNK FELVÁLLALÁSA PEDIG VONZÓBB LETT, MINT VALAHA.



Szöveg Text by **Szűcs Péter**
 Fotó Photography by **PressArchiv**
 Illusztráció Illustration by **Liz Mayer**

NE AZ EGÉSZ? JUST AN *Illusion?*

IN THE FASHION INDUSTRY, THE FORMERLY DOMINANT ILLUSION OF WHAT YOU SHOW AND WHAT OTHERS THINK IS MORE IMPORTANT THAN ANYTHING, IS MORE AND MORE REPLACED BY HONESTY AND AUTHENTICITY. BY NOW, NO PRESTIGIOUS BRAND AIMS TO BE MORE THAN IT IS. RELATABLE, LOVABLE, AND WEARABLE MORE THAN ONCE. AND WE OURSELVES DON'T LONG TO BE SOMEONE ELSE, OR TO LOOK DIFFERENT THAN WHO WE ACTUALLY ARE. IT'S SIMPLY NOT WORTH THE HASSLE. SELF IDENTITY IS UNDOUBTEDLY SEXY, AND ASSUMING OUR OWN PERSONALITY IS MORE ATTRACTIVE THAN EVER.

Amikor egy divatlap munkatársaként életem első párizsi divathetén jártam, teljes extázisban vetődtem be abba a titkos belvárosi outletbe, ahol néhány bennfentesnek a kifutóról érkezett darabok közül lehetett válogatni. A beavatottak csak a beavatottnak árulták el, hol lehet megszerezni azokat a mintadarabokat, amelyek közül néhány az utolsó pillanatban és a modelleken nyerte el végső formáját. Akkor szembesültem először azzal az élménnyel, hogy ha nem a modellen és a kifutón megvilágítva látom a bemutatott ruhát, hanem csak egyszerűen a kezemben tartom, akkor egészen más lehet az élmény, mint messziről csodálva. Akkor és ott megtapasztaltam, ezzel együtt meg is tanultam, hogy a divatiparban sincs fontosabb a megbízató minőségénél. A vásárló bizalmát ugyanis csak egyszer lehet eljátszani, a márkák nem emberek, akiknek akár duzzogva is adunk egy második esélyt. (Negyven felé már nekik sem). Ha egyszer csalódtunk egy brandben, akkor nincs az a kampányvideó vagy marketingeszköz, ami még egyszer rábírna arra, hogy tegyünk egy újabb kísérletet a vásárlásra. Nyitottságom és kísérletezőkedvem megtartása mellett egyre több (sokszor elég sokba kerülő) tapasztalattal arra jutottam, hogy ha már sok pénzbe kerül az áhított darab, akkor csak hosszú céges történettel bíró, megbízható és hiteles márkák jöhetnek szóba, akik egyszerűen nem engedhetik meg maguknak, hogy csalódjanak bennük. Egy márkához az ember azért kötődik, mert jó élmények fűzik hozzá, szinte bajtársias kapcsolat alakulhat ki egy – egy cipő vagy dzseki és a viselője között. Egyik emlékezetes tanulóleckém a párizsi Marc Jacobs üzletben 300 euróért vásárolt nadrág volt.

When I had the chance to visit the Paris Fashion week for the first time, as a writer for a fashion magazine, I stormed into that specific outlet downtown in ecstasy, where some insiders had the chance to pick from pieces coming straight from the catwalk. The initiated only revealed the whereabouts of these sample pieces to other insiders, while the pieces themselves often only got their final shapes at the very last moments, already on the models. That was the moment I was first confronted with the fact, that if I see the pieces to be introduced in another setting than the limelight of the catwalk, worn by a model, say simply holding it in my hands, they provide an entirely different experience compared to admiring it from afar as part of a show. Then and there I experienced and learned from first hand, that there's nothing more important in the fashion industry, than reliable quality. Customer's trust can be lost only once, brands are no people, whom – even if begrudgingly (and less so above forty) - we tend to give another chance. Once disappointed in a brand, there's no campaign video or marketing tool that could convince us to give the products another chance. While preserving my openness and willingness to experiment, many (often way too expensive) experiences led me to conclude, especially if the desired piece happens to be a pricey one, to only go with brands that have a long track record of being reliable, authentic, and simply can't afford to disappoint customers. One is loyal to a brand because of the good memories tied to it, and the almost companion-like relationship that can build up between a pair of shoes, or say a jacket and its owner. One of my most memorable lessons was provided by a pair of pants purchased in a Marc Jacobs store in Paris, for 300 euros.

WE ARE

**WE ARE THE CENTRE
OF RETAIL & LEISURE**

*Helping clients transform the way people
work, shop and live*



**CUSHMAN &
WAKEFIELD**

cushmanwakefield.hu

DIZÁJNMEGLEPETÉS

Tökéletes szabás, hibátlan, szinte még nem is létező szín (először új kéknek, aztán Vermeer-kéknek neveztem el), érintésre bizsergetően jó minőségű anyag és sok apró dizájnmeglepetés, amit csak a darabot viselve vesz észre az ember. Olyankor el is mosolyodik, sőt, cinkosan összekacsint a tervezővel, mondván, igen, Marc, tudom, hogy zseni vagy és elhiszem, hogy ezt a darabot nekem tervezted. Az első csalódás akkor ért, amikor a cipzárt harmadjára már nem lehetett felhúzni, pedig mindig óvatosan láttam hozzá ehhez a művelethez. Semmi gond, nyugtattam magam, igazán nem kerül sokba egy ilyen apró korrekció, visszavinni nem érdemes, nem is tudnám, hiszen egy másik városban vásároltam.

EGY MERÉSZ HÚZÁS A FARRÉSZEN

A másik meglepetés akkor ért, amikor egy vasárnapi baráti hosszú hétvégére tervezett wellnessreggeli közben egy tükörtojáscepp pötytyent az új, kék nadrágra. Ki akartam mosni, gondolván, hogy másnapra megszárad. Akkor azzal kellett szembesülnöm, hogy kizárólag vegytisztítóban tisztítható, kényes anyagról van szó. A tükörtojásfolt végül a vegytisztítóban sem jött ki, viszont amikor először bringára ültem a sportosnak tervezett darabban, akkor a farrésznél szét is szakadt a nadrág feneke. Egy ruhaszervízben azt találtuk ki a varrónővel – semmiképpen sem szerettem volna elengedni a terméket, mégiscsak egy 300 eurós Marc Jacobsról van szó –, hogy mivel a nadrág finom pamutbélése izgalmas, fordítsuk ki, szerkesszük át a cipzárat és a zsebeket. Így egy merész húzással a farrészen keletkezett szakadást és a tükörtojás okozta pötytyöt is láthatatlanná tesszük, és mégiscsak elmondhatom, hogy van egy 300 eurós – a tisztítóval, a két cipzárvariálással és az újraszabással már bőven az eredeti ár fölött járunk – Marc Jacobs nadrágom.

HIGH END DARABRÓL SZÓTT TÖRTÉNET

Tulajdonképpen újraszabtuk-varrtuk a dizájnrdarabot, aminek köszönhetően egy szokatlanul izgalmas viselet jött létre. Mindenki, aki csak látta, mindenki rákérdezett, hogy ez ugyan kinek a terméke. Amikor elárultam, hogy ez egy kifordított és ezzel együtt újragondolt Marc Jacobs nadrág, akkor a legtöbben csak nevettek, de volt, aki azt is megjegyezte (egyébként így utólag visszagondolva rendkívül bölcsen), hogy elég egy megbízható közép kategóriás darabot venni és nem kell feltétlenül high end cuccról történeteket szöni csak azért, hogy odafigyeljenek az emberre. Az eset óta nadrágban és télikabátban a megbízható közép kategóriásra lövök, és kizárólag Budapesten vásárolok. Így, ha akarom, visszaviszem, ha akarom, egyedivé teszem; és bár nem tudom pontosan, de ha nemzetközi márkát vásárolok itthon, még az is lehet, hogy a hazai gazdaságot támogatom.

DESIGN SURPRISE

Excellent cut, flawless, almost entirely novel color (first I called it new, then Vermeer blue), a material that is a joy to touch and many small design surprises that are only discovered when wearing the piece. And in these moments of discovery, one can't help but smile, and wink at the creator, thinking yes Marc, you are a genius and I now believe that you designed this one just for me. The first disappointment came when, even though I've always been careful about this process, the zipper failed for the third time. No problem I said to myself, such a small correction doesn't cost much at all, returning it wouldn't be worth it, and not even really possible, as I bought it in another city.

A BOLD MOVE ON THE BACKSIDE

The other surprise came while having breakfast, during a long wellness weekend, a droplet from my sunny side up eggs hit my brand new blue pants. I immediately wanted to wash it, to get it dry for the next day, but had to confront the fact, that it's a delicate piece of clothing, only fit for dry cleaning. The little egg dot finally remained set, even after the dry cleaners but when I first got on a bicycle in the supposedly sporty design piece, the backside got torn along the back pockets. In a clothes repair shop (I was determined not to let go, after all it was a 300 euro Marc Jacobs) together with the seamstress we figured, that as the inside suede lining is exciting as well, we should just turn it inside out, redo the zipper and the pockets, thus in a bold move get rid of the tear and the egg-dot too, while still being able to be the owner of 300 euro Marc Jacobs pants (with new zipper, dry cleaning and modifications, costs already well above the original price).

A STORY ABOUT A HIGH-END PIECE

After practically re-designing and reconstructing the designer pants, we ended up with an uncommonly exciting piece of clothing, invoking questions about the creator from everyone who saw it. When told that it's a Marc Jacobs piece, only turned inside out, and re-imagined here and there, most only laughed, but some commented (in retrospect quite wisely), it'd be enough to purchase a reliable mid-range piece, and there's no need at all to weave stories around high-end clothing just to get people's attention. Ever since, if it comes to pants, or winter jackets, I always aim for the reliable mid-range, and only purchase in Budapest. This way I can return easily if needed, still can convert it to a custom piece, and although I'm not sure about it with international brands, but I like to believe that by doing so, I also support the home economy.





Quality gastronomy

COSTES
RESTAURANT

1092 Budapest, Ráday utca 4.

+ 36 1 219 0696

www.costes.hu



without compromises.

COSTES
downtown

1051 Budapest, Vigyázó Ferenc utca 5.

+ 36 1 920 1015

www.costesdowntown.hu

AZ ŐSZINTE TRENDET KÖVETEM

Visszavettem a (divat)sznobizmusból, és örömmel nyugtázom, hogy trend lett az őszinteség. A *showing off high end* illúziója helyett sokkal kúlabb egy könnyen kezelhető és elérhető darabot bevállalni, amihez a saját egyéniségünket adjuk föl kiegészítőként. Megtapasztaltam azt is, hogy nemcsak az emberi kapcsolatokban, de a választott márkáknál is kifizetődő a lojalitás. Már ha az ember hosszú távra tervez, és nem csupán egy kifutónyi vagy közösségimédia-posztnyi időre és figyelemre kívánja magára vonni a figyelmet, hanem tartalommal és minőséggel kívánja megtölteni a hétköznapjait (is).



FOLLOWING THE HONEST TREND

I've dialed my perhaps snobbish attitude towards fashion back since, and I'm glad to conclude that honesty has become a trend. Instead of the high-end illusion of showing off, it has become much cooler to go with an easy to treat and affordable piece, and add our own personality to make our appearance unique. I've also experienced that loyalty pays off, not only in human relationships, but with chosen brands as well. Given of course that one plans long term, and doesn't only look for attention for a show or a social media post, but aims to fill the weekdays with quality content.



nánushka

FLAGSHIP STORE
17 DEÁK FERENC STREET
BUDAPEST, HUNGARY, 1052

WWW.NANUSHKA.COM



Photo: David Ajkai

Ceci n'est pas une illusion.

A KÖVETKEZŐ OLDALAKAT RENÉ MAGRITTE IHLETTE. MŰVÉSZETE MAGA AZ ILLÚZIÓ. HA RÁNÉZÜNK A FESTMÉNYEIRE, SOSEM LEHETÜNK BIZTOSAK ABBAN, AMIT LÁTUNK. MÉG AKKOR SEM, HA AZ EGY EGYSZERŰ PIPA.

THE FOLLOWING PAGES WERE INSPIRED BY RENÉ MAGRITTE. HIS ART IS ILLUSION ITSELF. IF WE EVER TAKE A LOOK AT HIS PAINTINGS, WE NEVER KNOW FOR SURE WHAT WE SEE. NEITHER IF IT'S A PIPE.

Fotó Photography by **Oleg Borisuk**
Styling Styling by **Bognár Hejnalika**













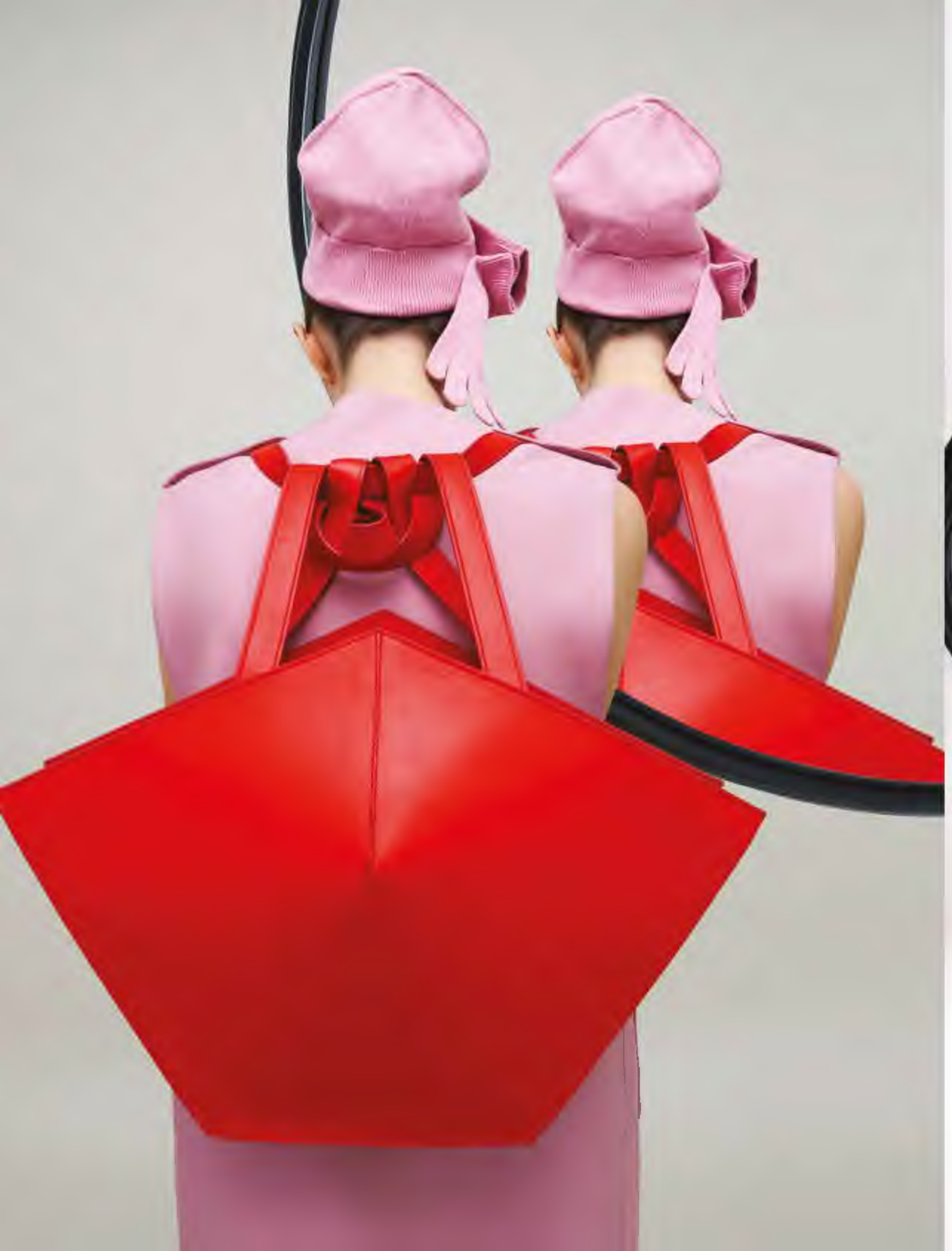
























Modell *Model*
Esti Laura
Smink *Make up*
Árpa Karolina
Haj *Hair*
Simon Radvan





EVERY RUN COVERED

NIKE SHIELD PACK





AVAILABLE IN NIKE FASHION STREET, DEÁK FERENC U. 15, 1052 BUDAPEST





Variációk egy témára

A TÉMA PEDIG NEM MÁS, MINT A VISAGE MODEL MANAGEMENT ÉS COSMOPOLITAN
LOOK OF THE YEAR MODELVERSENYÉNEK GYŐZTESE. MINDKÉT KÉPEN Ő SZEREPEL.
VAJON MELYIK AZ ILLÚZIÓ?

Variations on a theme

AND THE THEME IS MAJA VARJÚ, THE WINNER OF VISAGE MODEL MANAGEMENT & COSMOPOLITAN LOOK OF THE YEAR. IT'S HER IN BOTH PICTURES.
WHICH OF THEM IS ILLUSION?








ZARA HOME

www.zarahome.com







ZARA HOME

www.zarahome.com

Illúziók NÉLKÜL AZ ŐSZINTE GASZTRONÓMIÁRÓL

A magát haladó hedonistaként (is) definiáló, a Bestia éttermet tulajdonosként is üzemeltető és A Konyhafőnökben is bizonyított Rozina Wossala az őszinte gasztronómia híve. Az Innio bisztró és a Tokio japán étterem után most új korszakára és a Bestiára a legbüszkébb. A gasztronómia és a vendéglátás trendjeiről és illúzióiról beszélgettünk.

Szöveg Text by **Szűcs Péter**
Fotó Photography by **Vizslay Márk**

ABOUT HONEST GASTRONOMY, WITHOUT *illusions*

As a self-anointed hedonist, who runs the restaurant Bestia, and has proven her skills on the TV show A Konyhafőnök, Rozina Wossala is a believer in honest gastronomy. After Innio bistro and the Japanese Tokio restaurants, she is now proudest of her newest era and Bestia. We sat down to talk about trends and illusions in gastronomy and hospitality.





OZZINA
SALALA

A PRIVÁT FACEBOOK-NEVED, WESELÁNYA ROZALINDA ELÉG GÉ BESZÉDES NÉV, ARRÓL ÁRULKODIK, HOGY AZ INTENZÍV DOLGOKAT SZERETED.

Igen, szeretem, ha valami fajsúlyos a gasztronómiában. Maga a név egyébként telefonbetyárkodás eredménye, ugyanis senki nem tudta elsőre sem helyesen leírni, sem megjegyezni. A Veselánya mindenkinek könnyedén átmegy. Nem véletlenül használom a Facebookon, nem jó, ha mindenki rátalál az emberre.

A VALÓDI ÍZEK, GRILLEK ÉS STEAKEK RAJONGÓJAKÉNT MIT GONDOLSZ A MOLEKULÁRIS GASZTRONÓMIÁRÓL?

A molekuláris gasztronómia valójában egy tudomány. A trend még a kétezres években indult el Spanyolországból. Sok mindent forradalmasított és „feltalált” a konyhaművészetben, többek között olyan hasznos és fontos elemeket is, amelyeket egy olyan rockandroller, de azért magasra pozicionált gasztrokocsmában is rendszeresen alkalmazunk, mint amilyen a Bestia. Állagjavítókra gondolok, vagy olyan, egyszerű eljárásokra, amelyek révén például megoldható, hogy a szószokat melegen tartsuk, mégis egyben maradjanak. A molekuláris gasztronómia mára a *fine dining*-ből is kikopott, de a fejlesztéseit a mai napig hasznosítja a vendéglátás. A nap végén úgyis az lesz a fontos, hogy jó ízekkel és teli hassal távozzon a vendég.

SZERETEM, HA VALAMI FAJSÚLYOS A *gasztronómiában*

EGY BASZK MESTERSZAKÁCS SZERINT A GASZTRONÓMIA VÉGE A MOLEKULÁRIS GASZTRONÓMIA TRENDJÉVEL KEZDŐDÖTT. BÁR A STÍLUS MOST IS DIVATOS, MANAPSÁG AZ „ŐSZINTE ÉTELEK” KORÁT ÉLJÜK.

A gasztroforradalom mindig a felső körökben kezdődik, minden országban és minden kultúrában azokat találja meg először egy újítás, akik megengedhetik maguknak, hogy megfizessék. Én azt látom itthon, hogy egyre szélesebb ez a réteg, mint ahogyan az is jól látható, hogy egyre több nem hiperdrága étterem teszi magasra a mércét a minőségi szolgáltatást tekintve. Szerencsére ma már Magyarországon lehet telt házzal üzemeltetni éttermeket úgy is, hogy nem kell kompromisszumokat kötni az a hozzávalók minőségét illetően. Megengedhetem magamnak, hogy jó alapanyagokkal dolgozzam, és jó áron adjam az ételleket, mert kialakult a színvonalra érzékeny közönség, amelyik rendszeresen jár étterembe.

TE, AKI FIRENZÉTŐL MEXIKÓIG SOKFELÉ MEGFORDULT, HOGY LÁTOD BUDAPESTET ÉS A GASZTROKÍNÁLATÁT A VILÁGBAN? VAN MIRE BÜSZKÉNEK LENNÜNK, VAGY VAN MIÉRT SZÉGYENKEZNÜNK?

Is-is. A kereslet alkotja a kínálatot. Nagyon sok mecénás pumpálja a pénzt a gasztronómiába itthon, és vagy hobbiból, vagy szenvedélyből üzemeltet egy éttermet. Ez azért dicséretes, mert sok hely nem tudna fennmaradni, ha csupán önellátó lenne. Viszont a kínálat még mindig feszegeti a kereslet határait, vagyis



YOUR PRIVATE FACEBOOK ACCOUNT LISTS YOU AS WESELÁNYA ROZALINDA, WHICH IS A TELLING NAME, SHOWING HOW MUCH YOU LIKE INTENSE THINGS.

Yeah, I do love substantial things in gastronomy. The name by the way was a result of prank calls, as no one was able to spell it correctly right away, or remember it for that matter. Veselánya is easy to recognize, but there's a reason I'm using it on Facebook, it's not good to be too easy to find.

AS A FAN OF TRUE FLAVORS, GRILLED MEATS AND STEAKS, WHAT DO YOU THINK ABOUT MOLECULAR GASTRONOMY?

Molecular gastronomy, in fact is a science. The trend started back in the early 2000s in Spain. It revolutionized and „invented” a lot of things within gastronomy, among others, many useful and important things we regularly use even in our rock'n'roller, but highly positioned gastro-pub Bestia. I'm talking about thickening agents, or such simple things as how to keep sauces from falling apart while still remaining warm enough. As of today, molecular gastronomy seems to have faded from fine dining, but gastronomy as a whole, does make use of it's inventions. At the end of the day, what matters is that the guests leave satisfied with the flavors and aren't hungry anymore.

ACCORDING TO A BASQUE MASTER CHEF, THE END OF GASTRONOMY STARTED WITH THE TREND OF MOLECULAR GASTRONOMY, BUT THERE'S ANOTHER TREND RIGHT NOW AND IT SEEMS WE ARE LIVING IN THE ERA OF HONEST FOOD.

Gastronomic revolutions always start in the higher circles, and find the ones in every country and culture, who can afford to pay for it's results. What I see here at home, is that more and more people allow themselves these kind of treats and it's also clear, that a rising number of not super expensive restaurants are offering high quality food. Fortunately, now even fully booked restaurants can be run in Hungary without compromising on ingredients or quality. I can afford to work with great ingredients, and can sell the dishes at a good price point, because a quality-sensitive crowd has emerged who eat out at restaurants on a regular basis.

AS SOMEONE WHO HAS BEEN AROUND, FROM FLORENCE TO MEXICO, HOW DO YOU SEE BUDAPEST AND IT'S GASTRONOMIC OFFERS IN A GLOBAL CONTEXT? DO WE HAVE SOMETHING TO BE PROUD, OR BE ASHAMED OF?

A bit of both. Demand always shapes supply. Here, a lot of patrons are investing in gastronomy and keep restaurants in business out of passion or as a hobby. This is a good thing, as these establishments probably wouldn't be able to be self-sustaining. The supply however still pushes ahead of the demand, meaning that more good restaurant pop up, than the crowds eating out would require. The cash flow starts to be positive if dining at a restaurant becomes part of everyday life, because people can afford it. This gives the restaurateurs the chance to keep offering more, as they can't survive from the holidays only. More and more talented young people open up small restaurants in Budapest, relying on their own funds and credits, basically going all-in. If these young entrepreneurs don't succeed, and aren't able to invest their profits in opening new places, they will leave the country. We have to keep these small boutique restaurants, full of young talent alive and we have to appreciate them. Then only they might stay.

WHAT DO YOU THINK IS THE MOST IMPORTANT, INTEGRAL QUALITY TO HAVE AS A RESTAURATEUR?

You have to enjoy being around people, drink with them, eat with them, and to be good company, because you can't preach what's good from a high horse. A good restaurateur loves the guests and is sensitive to trends, knows exactly what needs to be taken from the world and served on the plates. When traveling, noticing details is a must, as these are the little things that can inspire, and be made into something great at home.

WHAT DO YOU YOURSELF BRING BACK HOME WITH YOU?

Definitely no objects. Just recently for example I've been to Los Angeles for three weeks, and I've experienced a cool casual attitude and honesty in gastronomy, backed by obvious professionalism and knowledge, which is simply amazing. I hardly noticed after coming home, that all these impressions and experiences transpired through me, and started to appear in the





sokkal több jó étterem nyílik, mint ahány ember eljár vacsorázni. A *cash flow* akkor indul be, amikor az emberek hétköznapijához tartozik, hogy étterembe járnak, mert megengedhetik maguknak. Így lesz alkalmuk a vendéglátóknak egyre többet adni, hiszen az ünnepnapokból nem lehet megélni. Egyre több tehetséges fiatal nyit apró bisztrót Budapesten, saját pénzből és kölcsönből, mindent feltesznek egy lapra. Ha ezek a fiatalok nem lesznek sikeresek, és nem tudnak a visszaforgatott pénzükből újabb helyeket nyitni, akkor el fognak menni külföldre. Ezeket a kis *boutique* éttermeket – tele tehetséges fiatalokkal – életben kell tartanunk és meg is kell becsülnünk. Akkor maradni fognak.

SZERINTE MI A LEGFONTOSABB, NÉLKÜLÖZHETETLEN TULAJDONSÁGA EGY VENDÉGLÁTÓSNAK?

Szeretnie kell emberek között lenni, velük inni, velük enni, együtt lenni velük, ugyanis nem lehet magas lóról diktálni azt, hogy mi a jó. A jó vendéglátós szereti a vendéget is, és trendérzékeny, pontosan tudja, éppen mit kell megragadnia a világból, amit majd felkínál. Amikor utazik, észre kell vennie az apróságokat, azokat a finom részleteket, amelyekből aztán inspirálódhat, vagy akár hazá is hozhat.

TE PÉLDÁUL MIKET HOZOL MAGADDAL HAZA?

Tárgyakat semmiképpen. Most például három hétig voltam Los Angelesben, és a gasztronómiában vagány lazasággal és őszinteséggel találkoztam, de mind mögött jól érezhetően rendkívüli profizmus és tudás van, ez lenyűgözött. Észre sem vettem, hogy ahogy hazajöttem, átszűrődtek rajtam az élmények, és megjelentek a konyhában, az étteremben, az étlapon, de még az ételfotókon is. Például az itt készült sütőtökös ételekben de még a képeken és magában a témában is felfedeztem olyan momentumokat, amelyeket kint láttam és tapasztaltam. Fontos, hogy ne a szomszéd kacsakolbászat akarjuk reprodukálni, vagy a teraszáról ellesni az ötleteket, hanem merjünk távolabbra nézni, és bátran beletenni a saját személyiségünkbe is. Így lesz hiteles és szerethető a végeredmény, ami miatt visszajár a vendég. Szerintem a konyhában és a vendéglátásban is az önazonosság a legfontosabb. Imádom a grillhúsokat és a steakeket, a vad fűszerezést, a szabadságot, hogy azzal eszem a bárányt, amivel szeretném, és nem azzal, amit mondanak.

HÉTKÖZNAPI KOCSMAGASZTRONÓMIA?

Szabad, vad és nagyon ízletes. Magas szintű gasztronómia szabad döntésekkel és izvilággal, ahol semmi nincs kőbe vésvé, viszont mindenre emlékezni fog az ember később is. Nincsenek étteremszabályok, csak szabadság van. Alkotni, élni és enni is így lehet a legjobban.

SZERINTE VAN MÉG OLYAN AZ ŐSZINTE GASZTRONÓMIA IRÁNYZATÁBAN, AMI ANNAK LÁTSZIK, MÉGSEM AZ?

Az illúzióknak azért van sok köze a gasztronómiához, mert aki igazán akar adni valamit a vendégének, az élményt is ad az ételekhez. Egy étel ára így nem csak a nyersanyag árából áll majd persze. Rettenetesen sokat számít, hogy milyen zene szól és milyenek a fények, miközben a fogásokat tálalják. Egy vacsora egy komplex élmény, ebben az asztalterítő és a tányér minősége is bőven szerepet kap, és ugyanúgy része annak az élményanyagoknak, amit hazavisz az ember.

LEHET AZ ŐSZINTESSÉG TREND?

Minden hamissá válik, ami nem önazonos. Sokan kérdezik, miért nem árulok itt a Bestiában osztrigát? Azért, mert nem lenne összhangban a hellyel. Imádom, szeretem az osztrigát, de nem itt. Számomra fontos elv, hogy nem kell mindent akarni, tudni kell egyszerűnek és őszintének maradni.

kitchen in the restaurant, on the menu and even in the food-shots. On the photos made around pumpkins and the dishes themselves, I started noticing the same things I've seen and experienced abroad. It's vital not to try and copy the duck sausage from next door, or steal ideas from the terrace, but to dare take on a wider perspective and have the courage to use things from our own personality too. This is how the end result can grow into something authentic and lovable, which makes the guests return.

I think, in the kitchen and in gastronomy as a whole, identity is the most important. I love grilled meat and steaks, wild spices, and the freedom to eat lamb with whatever I want, instead of what I'm supposed to.

EVERYDAY PUB-GASTRONOMY?

Free, wild, and very tasty. High gastronomy with free choices and flavorings, where nothing is carved in stone, but everything will be remembered even after some time. There are no restaurant rules, only freedom. This is the best way to create, live and eat as well.

DO YOU THINK THERE'S ANYTHING LEFT IN HONEST GASTRONOMY, THAT ISN'T WHAT IT LOOKS LIKE?

Illusion of course has a lot to do with gastronomy, as anyone serving a guest also provides an experience along with the dish. Thus the price of a meal is never restricted to the cost of the ingredients. It's utterly important what kind of music is playing and how the lighting is while the courses are served. A diner is a complex experience, where the quality of the tablecloth and the cutlery play a role as well, and become part of the memories one takes home.

CAN HONESTY BECOME A TREND?

Anything that isn't true to ones identity becomes fake. I'm often asked, why don't you serve oysters at Bestia? Simply because it wouldn't be in accord with the place. I love and admire oysters, but not here. It's important not to want everything, and be able to remain humble, simple and honest.

I DO
LOVE
SUBSTANTIAL
THINGS IN
gastronomy



OFFICE SHOES

LACOSTE 

Timberland 

TOMMY HILFIGER
FOOTWEAR

UGG

GANT
FOOTWEAR

POLO
FOOTWEAR


new balance

CONVERSE

officeshoes.hu

UGG®

THE NEW CLASSIC

THE ICON. PERFECTED.





Süeel

Budapest

1052 Budapest, Deák Ferenc u. 17.
www.suel.hu



TITKOS RÉSZLETEK HIDDEN DETAILS

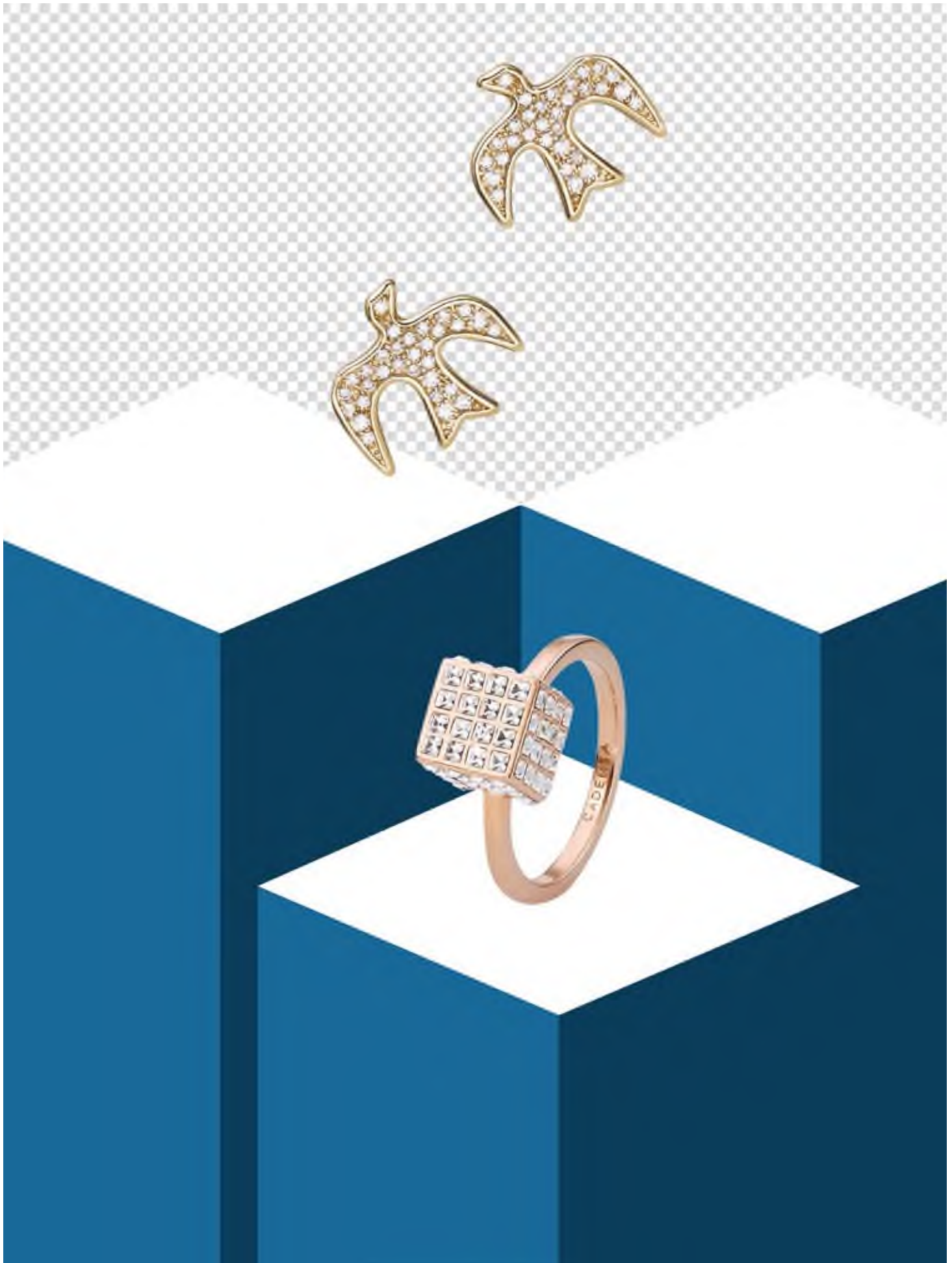
EGY TRÜKK AKKOR MŰKÖDIK, HA A NÉZŐK ELVESZNEK A RÉSZLETEKBEN. ÍME NÉHÁNY KIEGÉSZÍTŐ A SZEZON KEDVENCEI KÖZÜL, AMELYBE MI IS SZÍVESEN ELVESZNÉNK.

Illusztráció *Illustration by* Mihály Boldizsár

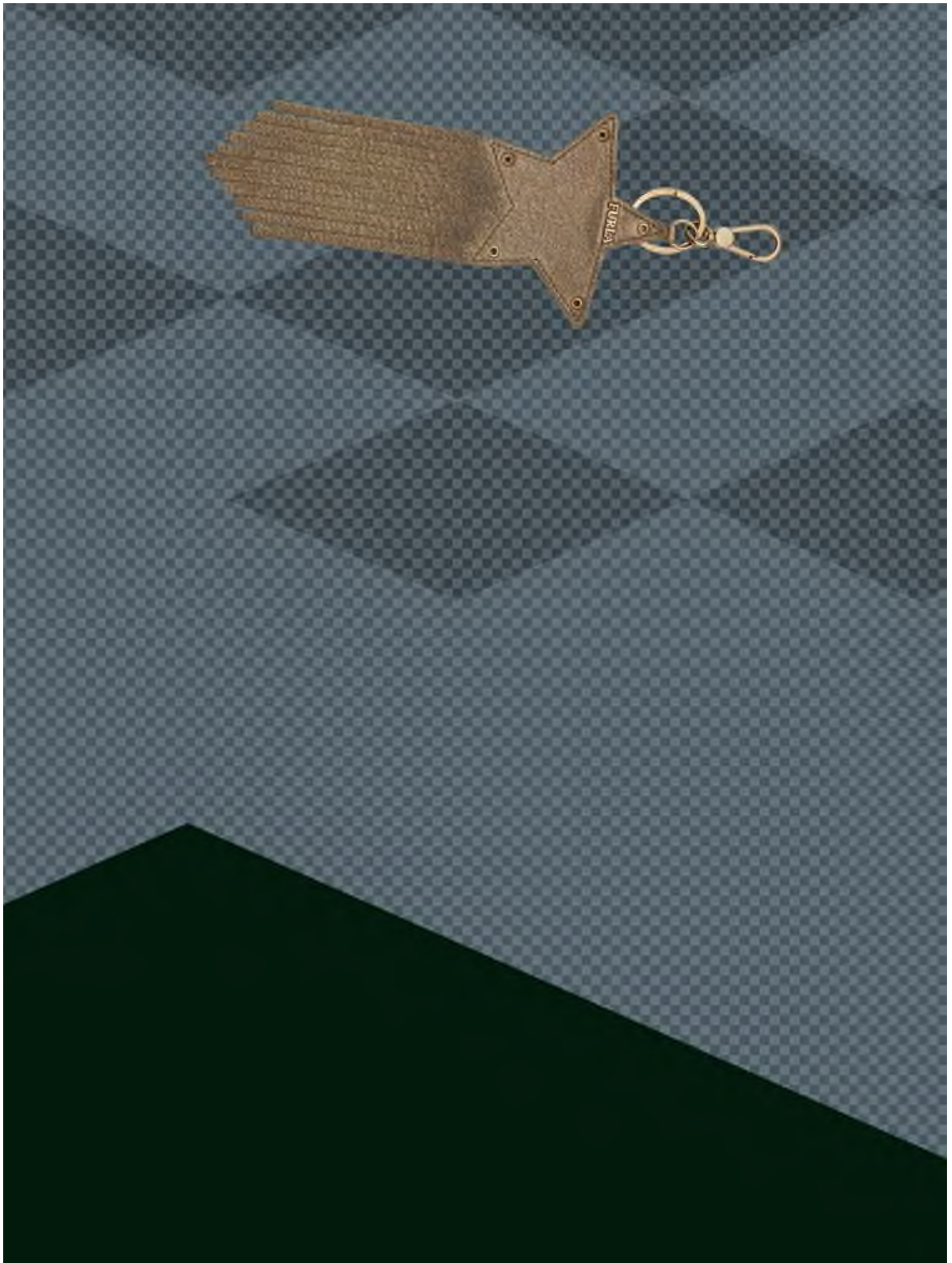
HIDDEN DETAILS

A TRICK CAN ONLY WORK IF THE AUDIENCE IS LOST IN THE DETAILS. HERE ARE SOME ACCESSORIES OF THIS SEASON THAT WE WOULD BE LOST IN.



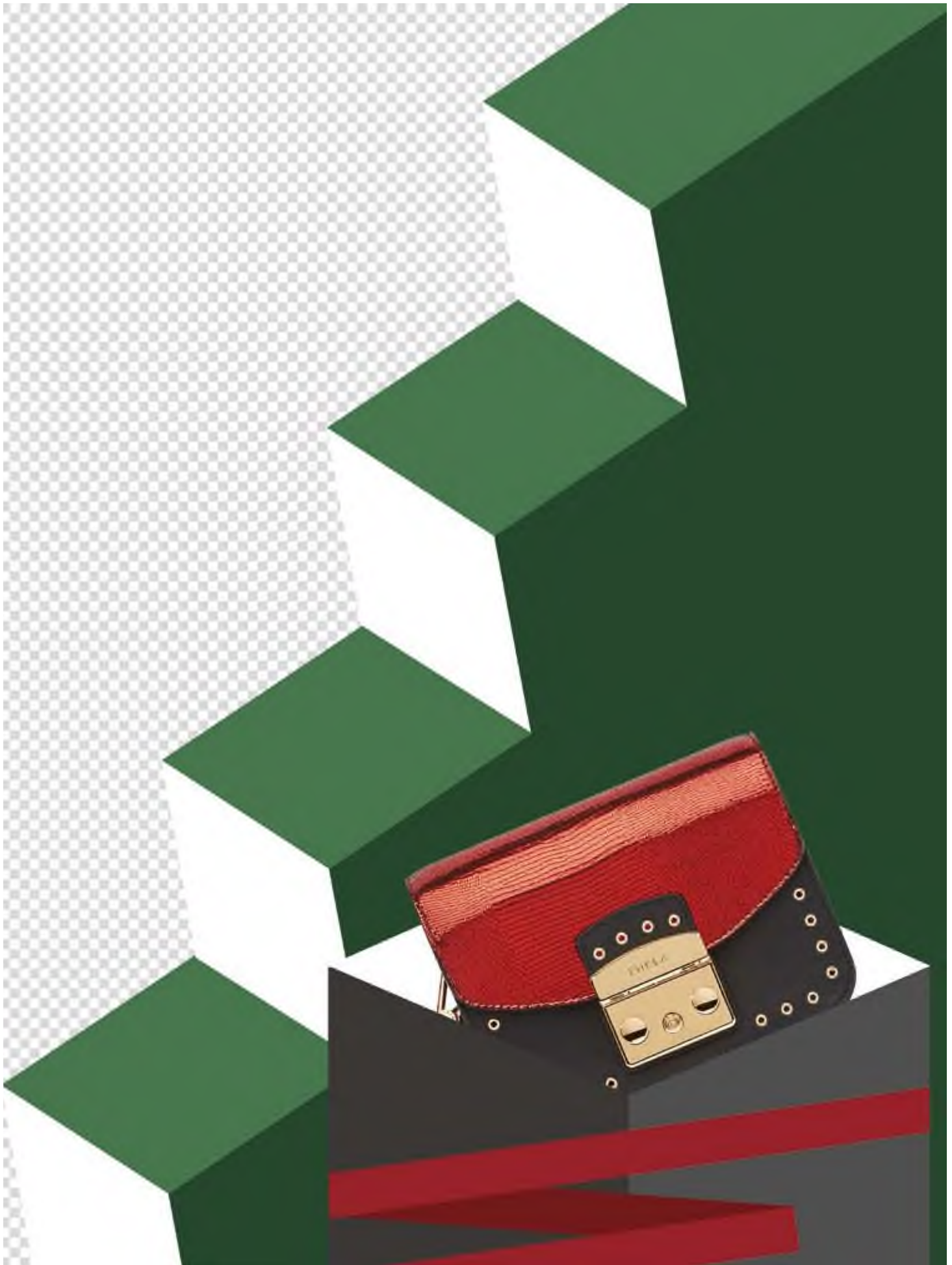


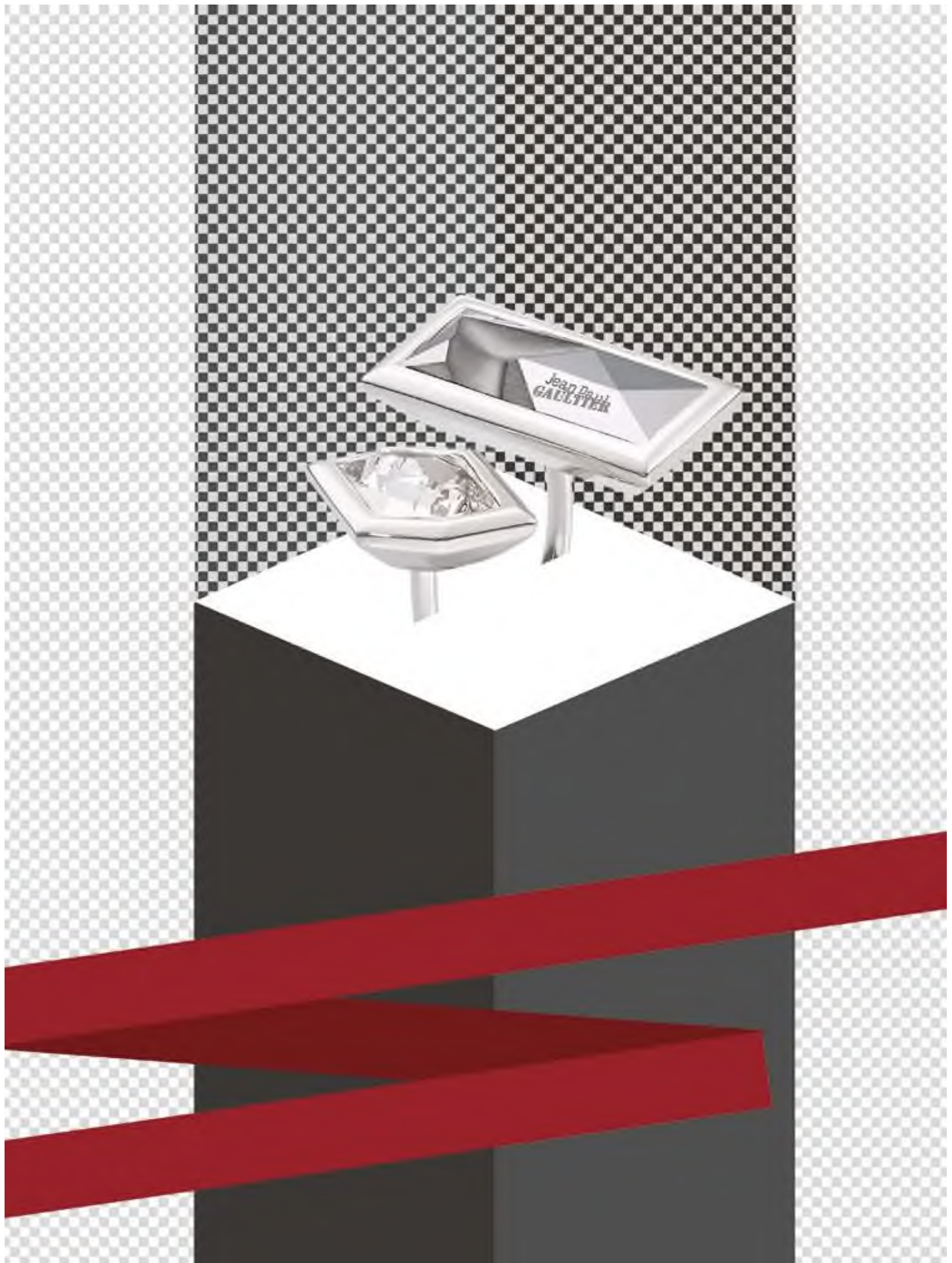


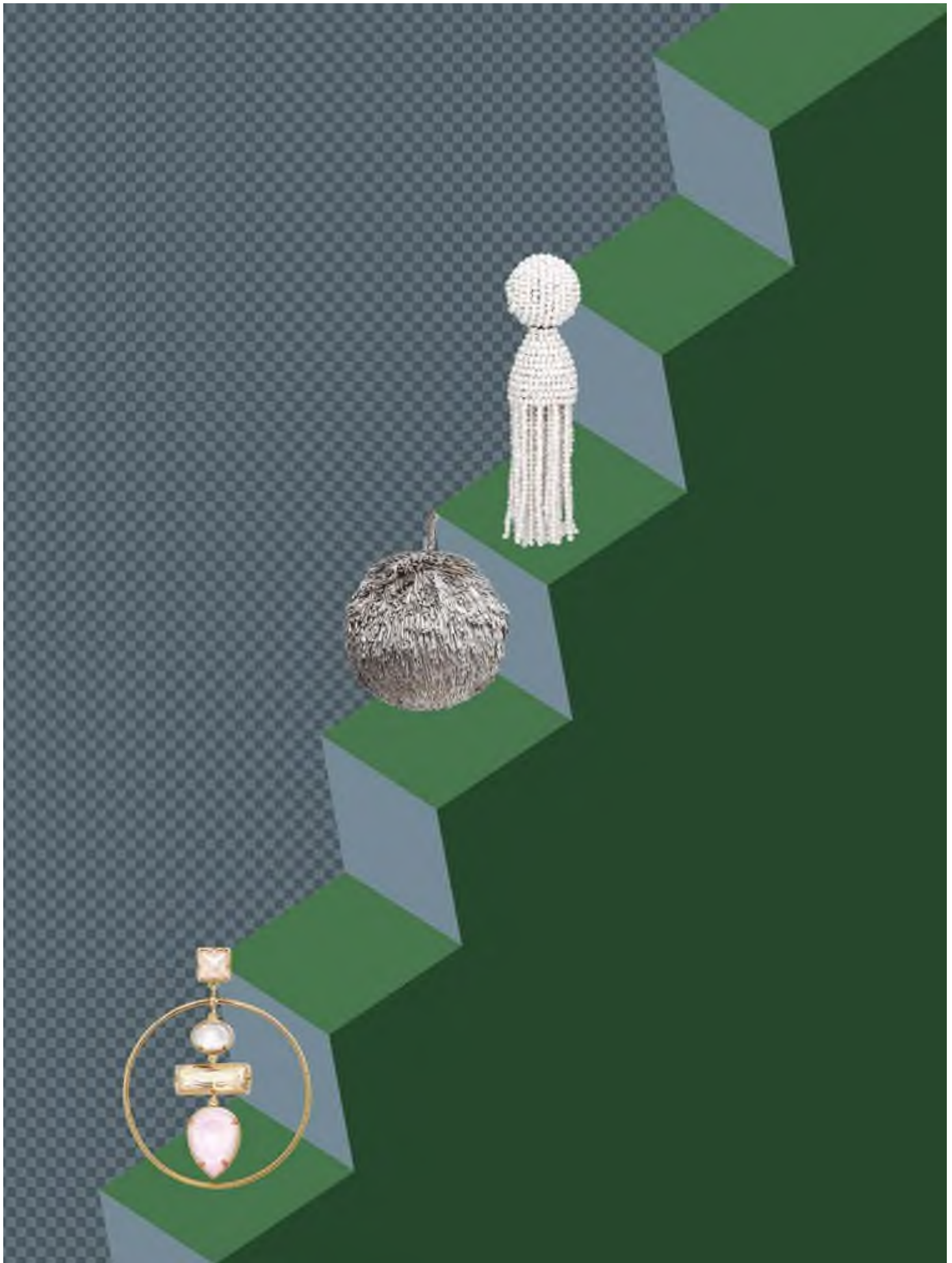


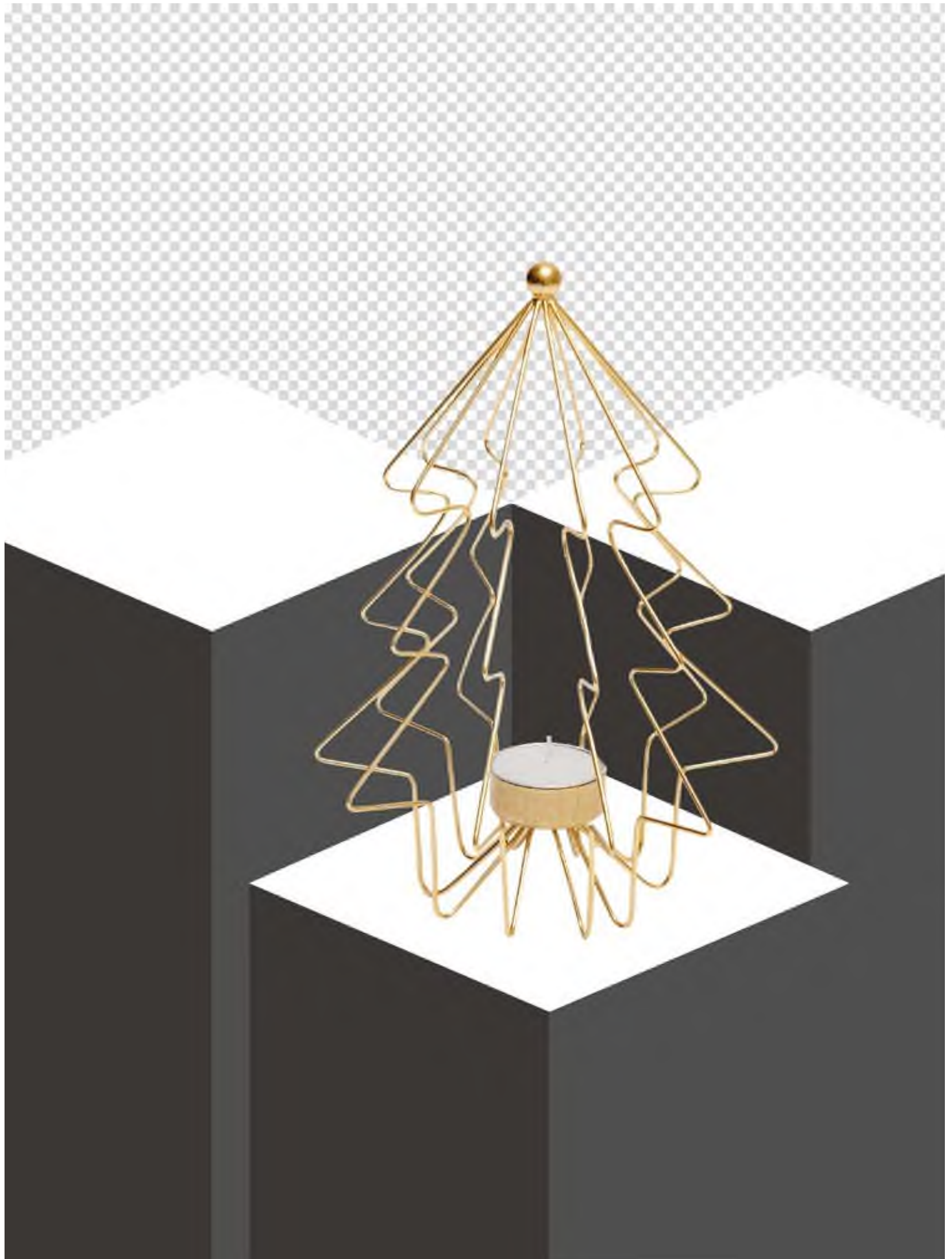














LLOYD

GERMANY





LLOYD

GERMANY



LLOYD CONCEPT STORE

Deák Ferenc utca 21
Budapest

www.lloyd.com

HAJAS SZALONOK:

- tökéletes hajvágás
- különleges hajfestés
- ingyenes tanácsadás
- professzionális termékek
- hajszerkezet megújítás
- teljeskörű szolgáltatás

www.hajas.hu

 Hajas Szalonok



1051 **Budapest, Erzsébet tér 2.** Tel./fax.: (06-1) 317-0005

1051 **Budapest, Nádor u. 20.** Tel./fax.: (06-1) 311-8670, (06-1) 312-2277

1024 **Budapest, Retek utca 12.** Tel./fax.: (06-1) 315-0389, Mobil: (06-20) 231-8528

7621- **Pécs, Király u. 18.** Tel./fax.: (06-72) 310-440



WINK 

shop online at
winkstores.com

 /winkofficial

 @winkstores

WINK Fashion street
Deák Ferenc utca 10.

VANNAK KLASSZIKUS
TRÜKKÖK. ÉS VANNAK
KLASSZIKUS NŐK, AKIK
ELENEDHETETLENEK
EGY-EGY TRÜKKHÖZ.
HOGY MI A KÜLÖNBSÉG
KÖZTÜK? AZ, HOGY AZ
ELŐBBIEKET LE LEHET
LEPLEZNI, A NŐKET
VISZONT SOHA! VAGY
EZ CSAK ÁTVERÉS?

Fotó *Photography* by **Viszlai Márk**
Styling *Styling* by **Kazal Viktória**
Szöveg *Text* by **Lami Juli**



UNCOVERED!

THERE ARE CLASSIC TRICKS, AND THEN THERE ARE CLASSIC WOMEN, WHO ARE ESSENTIAL FOR CERTAIN TRICKS. WHAT IS THE DIFFERENCE BETWEEN THEM, YOU ASK? THE FACT THAT WHILE SECRETS OF THE FORMER CAN BE UNCOVERED, THOSE OF A WOMEN CAN NEVER BE TRULY UNCOVERED! OR IS THIS JUST AN ILLUSION TOO?



Egy igazán jó bűvésztrükk olyan, hogy a néző – bár józan eszével biztos benne, hogy létezik magyarázat – kénytelen arra jutni, hogy varázslattal áll szemben. És most nem arra gondolunk, amikor a bűvész előhúzza egy végtelen zsebkendő az ingujjából. Erre ugyanis hatéves kor fölött már nemigen vevő senki. Amikor azonban valaki eltünteti a Szabadság-szobrot, Lamborghiniit csinál egy Bentley-ből, vagy az orrunk előtt a magasba emelkedik, akkor az ember azért felteszi magának a kérdést: hogyan lehetséges mindez? Tudjuk, hogy nem lehet igaz, de mi van ha...?

Mindig csalódást okoz, amikor egy bűvészszenvedély kiderül, ráadásul ma már az interneten számos jobbnál jobb mutatóanyagot sajátíthat el bárki, aki csak akar. És mégis: a varázslat velünk van. Hiszen hányszor lelepleztük már az illuzionistákat, de ők még mindig köztünk járnak, mi pedig alig várjuk, hogy mutassanak valamit, amitől – legalábbis néhány pillanatig – azt hisszük, hogy valóban léteznek csodák. Most néhány emlékeztető trükköt leleplezünk le mi is, amely egykor csodaszámba ment. Aki maradéktalanul hinni akar a varázslatban, ne olvasson tovább.

A really good trick works in a way that the spectators – even if rationally convinced that there's an explanation – are left with no other option than to believe they're witnessing magic. And by that we don't mean a magician pulling an endless handkerchief out of the sleeve, as these kind of tricks don't really work for anyone above the age of six. But when an artist makes the Statue of Liberty disappear, turns a Bentley into a Lamborghini, or lifts off the ground in front of us, one starts asking the question, how on earth these things are possible. We know that it can't be true, but what if...?

It's always disappointing, when a trick gets uncovered, and today anyone who wants, can learn a multitude of awesome tricks. And yet, magic is still with us. No matter how many times illusionists and their methods were uncovered, they're still among us, and we just can't wait for them to show us something that – even if only for a couple of moments – makes us believe in miracles again. Let's see some memorable tricks, that were seen as wonders when performed. Those who'd like to keep believing in magic without any doubt, should stop reading now ...





AZ ELTŰNT SZABADSÁG-SZOBOR

Fehér nyulat elvarázsolni talán nem nagy kunszt, egy 205 tonnás nemzeti jelképről azonban ugyanez nem mondható el. Pedig tényleg nem volt nehéz bravúr – bár nem kétséges, hogy a mutatvány igényelt némi felkészültséget fizikai ismeretekből. Nem sokkal azután, hogy a tévénezők (és nem mellesleg az élő közönség is) úgy látták, eltűnik a szemük elől az amerikai Szabadság-szobor, máris napvilágra került a megoldás. Az illuzionisták nem szeretnek nagy tárgyakat mozgatni (és nem is tudnak), ezért David Copperfield is a „kisebbit” választotta, azaz a közönséget helyezte inkább arrébb. A cél elérése érdekében az ülőhelyek és a szobor közé két felvillanyozott oszlopot állítottak, a mutatvány során függönyt húzva az eltüntetendő tárgy elé, és mindez egy forgatható emelvényen kapott helyet. A szerkezet mozgatását nem lehetett érzékelni, annyira lassú volt. Csak a megvilágított lepel volt szem előtt, így a mutatvány során nem lehetett látni, mi a helyzet a szoborral. Minden sötétben történt, az egyéb tájékozódási pontokat kiiktatták a nézők számára. A leplet tartó oszlopok ugyan a közönség előtt maradtak, de velük együtt mozogtak! Így tudott eltűnni néhány percre a New York-i Szabadság-szobor.

THE VANISHED STATUE OF LIBERTY

Making a rabbit disappear might not be a big deal, but the same doesn't apply to a 225 ton national treasure. While some help from the physics department was required, in fact this wasn't that big of a deal either after all. Not long after the television viewers (and the live audience) watched the huge statue disappear, the mystery was already uncovered. The audience was placed so, that their view on the statue fell between two pillars. Illusionists don't like to (and often can't...) move heavy things around, so Copperfield also went with the smaller challenge, and moved the audience with the help of a turning podium. A curtain was pulled up between the two pillars, hiding the statue entirely. The movement was slow, and it was dark, without any bright orientation points. The covered pillars however remained in front of the audience the whole time, making it possible for the statue to "disappear".



LEBEGÉS VÍZSZINTESEN

Elemelkedni két lábbal a földről – főleg az előzőek tekintetében – már nem is tűnik olyan nagy dolognak. Mi kell hozzá? Úgyesség és tökéletesen kivitelezett figyelemelterelés. Mi van azonban akkor, amikor az „alany” vízszintesen fekszik, és így képes a magasban maradni mindenféle támogatás nélkül? Itt van a kutya elásva. Mindig van valamiféle támogatás. Ez pedig ahány bűvész, annyiféle lehet. A legendás Álarcos Mágus a trükköt úgy mutatta be, hogy az emelvény, amelyen a segéd, azaz a nő fekszik, egy fémrúdon áll, ami a bűvész lábának van álcázva. Miközben az emelvény lebeg, a bűvész meg sem mozdul.

HORIZONTAL LEVITATION

Getting off the ground with two feet - especially knowing the background of it - doesn't quite seem to be that big of a thing. After all, what do you need? Dexterity, and a perfect distraction. What happens though when the subject is lying on his or her back, still able to remain afloat without any support? But here's the trick. There always is some kind of support, and all magicians can have their own solutions. The legendary Masked Magician solved it by putting the podium on which the assistant lies, on top of a metal rod which is disguised as the magicians leg. While the podium appears to be floating, the magician doesn't move an inch.









A KETTÉSZELT NŐ TITKA

Nem maradhat ki ez a trükk sem az összeállításból, hiszen ez minden idők leggyakrabban alkalmazott bűvészmutatványa. Miről is van szó? Egy nő belép egy szekrényyszerűségbe, a középső részét eltávolítják, miközben az alja és a teteje – benne a nővel – a helyén marad. Az „eredeti” trükköt becslések szerint 15 ezer-féleképpen kopírozták, ami nem csoda, hiszen a trükk látványos, mégis egyszerű. A fent említett varázslatokkal ellentétben nem igényel titkos rekeszeket, trükkös ajtókat, dublőröket, de még igazi figyelemelterelést sem. Mindössze annyi történik, hogy a nő egyszerűen belép a varázsdobozba, oldalra fordul, hozzásimul a bal oldali falhoz, aztán maga mögött kinyújtja a kezét, hogy ki tudjon integetni az eltávolítandó középső részen lévő lyukon. Mint ahogy a legtöbb trüknél, itt is igaz, hogy a megfelelő eszközön múlik a siker. Ez esetben azon, hogy a doboz/ szekrény egyik oldalán legyen egy feltűnő sáv, ami eltereli a figyelmet arról, hogy a középső rész mégsem lett teljesen eltávolítva – és persze fontos, hogy minél karcsúbb legyen az asszisztens, aki elfér a rejtett sávban.

THE WOMEN SAWN IN HALF

This trick can't be missed in any compilation, as it is the most copied trick of all times. What is it about? A woman enters a cupboard like contraption, the middle part of which is then removed, leaving the bottom and top part including the woman in their place. The "original" trick was, according to estimates, copied 15 thousand times, which should hardly come as a surprise, as the trick is relatively simple yet spectacular. Unlike the previous illusions, this trick doesn't require hidden compartments, trick doors, doubles, or even proper distraction. Instead of all these, the woman enters the box, turns to the side and leans on the left wall, stretches her hand to the back in order to wave out of a hole in the to be removed middle box. As with most tricks, success relies on the proper equipment. In this case, this means a thick border on the left side of the box, which visually deters the eye from the fact, that the middle segment is not entirely removed – and of course one needs a thin enough assistant to fit into the narrow space left.









EMBER A LEVEGŐBEN!

Criss Angel hatalmas szenzációt keltett azzal, hogy képes a levitációra. Egyszerűen felemelkedett a földről a nyílt utcán, vagy épp a mozgólépcsőn, néhány méterre a közönségtől. Azt lehetett feltételezni, hogy semmiféle segédeszközt nem használ, hiszen nem volt látható semmilyen szerkezet, ami felemelhetné volna. A nézők kénytelenek voltak azt gondolni, hogy a varázsló tényleg a föld fölött lebeg. Pedig nem! Angel maga leplezte le saját trükkjét, amelynek a leglényegesebb momentuma, hogy mutatvány közben mindig maga mögött tartja a közönséget. A másik titok pedig a trükkös nadrágban rejlik: szorosan összezárja két lábát, kilép az egyik cipőjéből (amely odatapadt a párjához) és a felhasított nadrágja szárából; majd fellép oda, ahova szeretne érkezni, a hátul lévő lábával irányítva az üres cipőt és nadrágszárát, amely követi őt, azt a hatást keltve, hogy emelkedett. Hozzá kell tenni, mindezt úgy véghez vinni, hogy a néző ne vegye észre a turpisságot, szinte művészet. Egy-egy lépés során ugyanis egy kicsit előre is kell dőlnie, ezenkívül pedig hihetetlenül olajozottnak kell működni minden mozdulatnak. De hát ezért ő az illuzionista, és nem mi, földi halandók.

AIRBORNE MAN!

Criss Angel's levitating trick was a real sensation. He simply took off from the ground on the open street, or on an escalator, only a couple of meters away from the audience, thus making it seem obvious that no technical assistance was used, that could lift him up. The viewers had no other choice than to believe that the magician really did fly. But he didn't! Angel himself revealed the trick: throughout the performance he keeps his audience behind himself, slips out of his shoes and the bottom of his pants, steps up to where he wants to end up, and the empty shoes as well as the trousers follow him, creating the illusion of levitation. To be fair, pulling this off in a way that the audience doesn't realize the trick, is an artistic performance by itself. During the process, he has to lean forward a bit, and all movements have to be incredibly smooth, in order to make the illusion work. And that's what makes him a great illusionist.







AZ A BIZONYOS SÉTA A KÍNAI NAGY FALON ÁT

David Copperfield szereti a monumentalitást. Az efféle trükköknek az a kulcsa, hogy a bűvész a fal alatt, felett, vagy azt megkerülve a lehető leggyorsabban átérjen a túloldalra. A kínai nagy fal mindezekre nemigen ad lehetőséget (de azért van rajta átjárás). A mutatóvány során Copperfield lépcsőkön jut a belülről megvilágított, lefüggönyözött kockafülkébe, amely a fal oldalához van illesztve. Tehát a nézők csak a sziluettjét láthatják a bemenet helyén, ahonnét azonnal el is húzzák az immár függöny nélküli keretet. A másik oldalon pedig más asszisztensek „ellenőrzik” a falat, majd elhagyva a dobozt, az átjutást. A nagy kérdés az, hogyan tudott ilyen gyorsan átjutni a túloldalra – úgy, hogy se a közönség, se a tévénéző ne vegye észre a turpisságot. A válasz a következő: először is a fülkében több ember tartózkodott, volt ott egy asszisztens is, aki átvette az illuzionista sziluett szerepét, hogy elbújhasson a fülke alatti lépcső ürgében. Ez nagyon bonyolult trükk, ahol szó szerint milliméterek határozzák meg a sikert. Minden kicsit másnak hat, mint a valóság, köszönhetően a fényeknek, a lepleknek és a berendezéseknek. Ma már bárki részletesen elolvashatja, hogyan találták ki ezt a trükköt, a lényeg azonban az, hogy Copperfield elbújt a lépcsőben, majd valószínű, egy máshol készített üregegen keresztül ment át a túloldalra, ahol szintén a mozgatható fülke lépcsőben elbújva „mászott ki” a falból. De valójában már akkor a túloldalon volt, amikor az asszisztensét elnyelte a fal.

THAT FAMOUS WALK THROUGH THE GREAT WALL OF CHINA

David Copperfield loves monumental things, that's for sure. As for walking through walls, the key to these kind of tricks is the magician going under, over or around the wall in the quickest possible way. The Great Wall of China (although it does have openings) isn't suited for any of these solutions. Copperfield therefore used boxes on both, the entering and the exiting side. The viewers were only able to see his silhouette when entering the wall and coming out of it. The big question is, how did he manage to get to the other side without the audience or the TV viewers noticing. The answer: there were more people in the boxes. An assistant took Copperfield's place, allowing him to hide in the stairs. This is a very complicated trick, where success depended literally on millimeters. Optically, thanks to lights, covers and equipment, everything appears a bit different, than reality. Online, anyone can look up, how they've come up and designed this trick in detail, but the main idea was for Copperfield to hide in the stairs, then go through the wall in a cavity, and climb out from the stairs. In reality however, by the time his assistant was swallowed by the wall, he was already on the other side.

Miss Balaton
COSMOPOLITAN



SZERETJÜK, MERT HAZAI



Éttermeinkben kizárólag hazai partnerektől,
ellenőrzött gazdálkodásból származó húst használunk.
Számunkra elengedhetetlen, hogy a legjobb természetes
alapanyagokból készülő ételekkel szolgáljuk ki vendégeinket.



KFC®

EXCLUSIVE



CHANGE[®]

Valuta vétel-eladás


THE INTERNATIONAL MONEY EXCHANGE COMPANY

**WESTERN
UNION** // **WU** SM

VAPIANO®

PASTA | PIZZA | BAR





H-D® MOTORCLOTHES®

NEW COLLECTION

This Summer

**HARLEY-DAVIDSON
AUTHORIZED RENTALS**


**AUTHORIZED
RENTALS**

Harley-Davidson® Budapest Fashion Store
1052 Budapest, Bécsi utca 6. | Tel: +36 20 412 9240

Email: info@harley.hu | www.harley.hu

H-D Budapest Rental: 1112 Budapest, Neszmélyi köz 3. | rental@harley.hu



PIZZA *me*®

PIZZA SZELET BÁR
SLICE BAR



PIZZA *me*
N°01
KIRÁLY UTCA 20.

PIZZA *me*
N°02
ERZSÉBET KRT. 51.

PIZZA *me*
N°03
FASHION STREET
DEÁK TÉR 3.

PIZZA *me*
N°04
SAS UTCA 10.

PIZZA *me*
N°05
SZÉLL KÁLMÁN TÉR

TELEFON | PHONE +36 (1) 266 0377

NYITVATARTÁS | OPEN 11:00-24:00

Péntek-Szombat | Friday-Saturday 11:00-03:00

www.pizzame.hu



LET
US
STAY
WITH
YOU.*

Hangulatos teadélután Budapesten szívében.



A teadélután a tökéletes alkalom, hogy a legmagasabb szinten élvezhessük a teázás szerettségét és az ízek harmóniáját. A Kupola Lounge Inycsiklandó falatokkal és egyedi, kézműves teaválogatással várja az élmény szerelmeseit.
Asztalfoglalás: 06 1 429 5775, További információ: ritzcarlton.com/budapest



THE RITZ-CARLTON

BUDAPEST



Kalap *Hat* **Massimo Dutti** 14 995 Ft
 Ing *Blouse* **Lacoste** 34 880 Ft
 Felső *Top* **Nanushka** 55 000 Ft
 Mellény *Waistcoat* **Nanushka** 87 000 Ft
 Öv *Belt* **Lacoste** 25 280 Ft
 Táská *Bag* **Furla** 78 500 Ft



Felső *Top* **Nanushka** 45 500 Ft
 Nadrág *Trousers* **Nanushka** 75 000 Ft
 Tükör *Mirror* **Zara Home** 22 995 Ft



Nadrág *Trousers* **Nanushka** 75 000 Ft
 Felső *Top* **Nanushka** 79 800 Ft
 Kabát *Coat* **Nanushka** 375 000 Ft



Melegítőnadrág *Sweatpants* **Nike** 18 999 Ft
 Legging *Legging* **Oysho** 9 995 Ft
 Blézer *Blaser* **Massimo Dutti** 29 995 Ft
 Sportmelltartó *Sport Bra* **Oysho** 7 995 Ft
 Ing *Blouse* **Massimo Dutti** 17 995 Ft
 Hálóing *Nightdress* **Oysho** 7 995 Ft
 Nyaklánc *Necklace* **Harley Davidson** 33 700 Ft
 Kitűző *Brooch* **Harley Davidson** 3 720 Ft



Fejpánt/Öv *Headband/Belt* **Nanushka** 95 200 Ft
 Ing *Blouse* **Nanushka** 58 000 Ft
 Overall *Jumpsuit* **Nanushka** 95 200 Ft
 Cipő *Shoes* **Nanushka** 64 400 Ft
 Táská *Bag* **Nanushka** 49 500 Ft



Nadrág *Trousers* **Lacoste** 34 880 Ft
 Bal cipő *Shoe-L* **Kitten/Office Shoes** 11 990 Ft
 Jobb cipő *Shoe-R* **Lloyd** 49 990 Ft

Piros kesztyű *Red Glove* **Lloyd** 19 990 Ft
 Fekete kesztyű *Black Glove* **Massimo Dutti** 14 995 Ft
 Dzseki *Jacket* **Nike** 37 990 Ft
 Dzseki *Jacket* **Harley Davidson** 67 300 Ft



Gyűrű *Ring* **Furla** 19 500 Ft



Kesztyű és sapka *Glove and Hat* **Lacoste** 18 800 Ft
 Mellény *Waistcoat* **Nanushka** 87 700 Ft
 Táská *Bag* **Wink** 59 990 Ft

Harisnya *Tights* **Oysho** 2 995 Ft
 Cipő *Sandals* **Kitten/Office Shoes** 18 990 Ft
 Tükör *Mirror* **Zara Home** 22 995 Ft



Táská *Bag* **Furla** 46 500 Ft

Fülbevaló *Earring* **Anton Heunis/Cadenzza** 49 990 Ft
 Fülbevaló *Earring* **Helene Zubeldia/Cadenzza** 164 900 Ft
 Fülbevaló *Earring* **Melissa Kandiyoti/Cadenzza** 49 900 Ft
 Fülbevaló *Earring* **By Fiona/Cadenzza** 49 990 Ft
 Fülbevaló *Earring* **By Fiona/Cadenzza** 82 900 Ft
 Fülbevaló *Earring* **By Fiona/Cadenzza** 129 900 Ft
 Fülbevaló *Earring* **By Fiona/Cadenzza** 49 990 Ft



Nyaklánc *Necklace* **Ben Amun/Cadenzza** 99 900 Ft
 Fülbevaló *Earrings* **Ben Amun/Cadenzza** 24 900 Ft
 Szoknya *Skirt* **Massimo Dutti** 22 995 Ft
 Felső *Top* **Nike** 33 990 Ft
 Harisnya *Tights* **Oysho** 2 995 Ft
 Bokacsizma **Kitten/Office Shoes** 21 990 Ft
 Táská *Bag* **Furla** 70 500 Ft
 Tükör *Mirror* **Zara Home** 22 995 Ft



Kalap *Hat* **Massimo Dutti** 14 995 Ft
 Tükör *Mirror* **Zara Home** 22 995 Ft



PLANTOMIME
· BUDAPEST ·



Plantomime a Ritz-Carlton Hotelben

H-1051 Budapest, Erzsébet tér 9-10. | Hétfő/Monday - Vasárnap/Sunday: 9:00 - 21:00 | Phone: +36 30 921 7102 / +36 30 553 0443 | Email: info@plantomime.com



Felső Top **MTVA jelmeztár** *MTVA costume store*
 Bugyi *Panties* **Intimissimi** 5 490 Ft,
 Harisnyatartó *Suspender Belt* **Intimissimi** 8 490 Ft,

Body *Body* **Oysho** 8 995 Ft
 Fülbevaló *Earring* **Helen Zubeldia/Cadenzza** 164 900 Ft
 Kendő *Scarves* **Süel** 4 900 Ft



Ruha *Dresses* **Süel** 10 900 Ft
 Body *Body* **Oysho** 9 995 Ft
 Nyaklánc *Necklace* **Casha for Cadenzza** 64 900 Ft
 Karkötő *Bracelet* **Eddie Borgo/Cadenzza** 129 900 Ft
 Cipő *Sandals* **stylist sajátja** *stylist's own*

Frakk *Tailcoat* **MTVA jelmeztár** *MTVA costume store*
 Bugyi *Panties* **Intimissimi** 5 490 Ft
 Harisnyatartó *Suspender Belt* **Intimissimi** 8 490 Ft
 Cipő *Sandals* **Kitten/Office Shoes** 18 990 Ft
 Nyaklánc *Necklace* **stylist sajátja** *stylist's own*



Nyaklánc *Necklace* **stylist sajátja** *stylist's own*
 Felső Top **MTVA jelmeztár** *MTVA costume store*
 Bugyi *Panties* **Intimissimi** 4 590 Ft
 Karkötő *Bracelet* **Dsquared** 64 900 Ft
 Gyűrű *Ring* **Cadenzza Couture** 29 900 Ft

Melltartó *Bra* **Oysho** 5 990 Ft
 Rövidnadrág *Short* **Nike** 8 990 Ft



Szandál *Sandals* **stylist sajátja** *stylist's own*
 Zokni *Socks* **stylist sajátja** *stylist's own*
 Szandál *Sandals* **Kitten/Office Shoes** 13 990 Ft



Cilinder *Cylinder hat* **MTVA jelmeztár** *MTVA costume store*
 Felső Top **Nanushka** 52 200 Ft
 Bugyi *Panties* **Intimissimi** 5 490 Ft
 Karkötők *Bracelets* **Versace/Cadenzza** 99 900 Ft

Nyaklánc *Necklace* **Casha for Cadenzza** 64 900 Ft
 Frakk *Tailcoat* **MTVA jelmeztár** *MTVA costume store*
 Karkötő *Bracelet* **Eddie Borgo/Cadenzza** 129 900 Ft
 Gyűrű *Ring* **Versace/Cadenzza** 94 900 Ft
 Gyűrű *Ring* **Eddie Borgo/Cadenzza** 49 900 Ft
 Gyűrű *Ring* **Versace/Cadenzza** 42 900 Ft
 Harisnya *Tights* **Intimissimi** 2 900 Ft
 Táska *Bag* **Furla** 126 500 Ft
 Pomponos kulcstartó *Bubble Keyring* **Furla** 24 000 Ft
 Pénztárca *Purse* **Furla** 29 000 Ft

Külön köszönet **Rönky Fruzsínának** és "Puszi" nyuszinak.
 Special thanks to **Fruzsina Rönky** & Bunny "Puszi".



Felső Top **MTVA jelmeztár** *MTVA costume store*
 Harisnyatartó *Suspender Belt* **Intimissimi** 6 490 Ft
 Cipő *Shoes* **Kitten/Office Shoes** 13 990 Ft

Cipő *Shoes* **stylist sajátja** *stylist's own*
 Harisnya *Tights* **Intimissimi** 4 195 Ft



Nyaklánc *Necklace* **Casha for Cadenzza** 64 900 Ft
 Ruha *Dresses* **Süel** 10 900 Ft
 Gyűrű *Ring* **Versace/Cadenzza** 94 900 Ft
 Karkötő *Bracelet* **Les Georgettes/Cadenzza** 34 900 Ft
 Karkötő *Bracelet* **Les Georgettes/Cadenzza** 39 900 Ft
 Szoknya *Skirt* **Massimo Dutti** 17 995 Ft



Karkötők *Bracelet* **Versace/Cadenzza** 99 900 Ft
 Body *Body* **Oysho** 9 995 Ft

Nyaklánc *Necklace* **Casha for Cadenzza** 64 900 Ft
 Melltartó *Bra* **Oysho** 7 990 Ft
 Bugyi *Panties* **Intimissimi** 5 490 Ft
 Palást *Robe* **MTVA jelmeztár** *MTVA costume store*
 Gyűrű *Ring* **Eddie Borgo/Cadenzza** 49 900 Ft
 Gyűrű *Ring* **Versace/Cadenzza** 42 900 Ft
 Karkötő *Bracelet* **Les Georgettes/Cadenzza** 34 900 Ft
 Karkötő *Bracelet* **Les Georgettes/Cadenzza** 39 900 Ft



Fülbevaló *Earrings* **Helen Zubeldia/Cadenzza** 164 900 Ft
 Melltartó *Bra* **Intimissimi** 9 490 Ft
 Gyűrű *Ring* **Cadenzza Couture** 29 900 Ft
 Gyűrű *Ring* **Eddie Borgo/Cadenzza** 49 900 Ft
 Gyűrű *Ring* **Oscar de la Renta/Cadenzza** 64 900 Ft
 Gyűrű *Ring* **Versace/Cadenzza** 42 900 Ft
 Gyűrűszett *Ring Set* **Ted Baker/Cadenzza** 19 900 Ft
 Gyűrű *Ring* **Versace/Cadenzza** 94 900 Ft
 Poharak *Glasses* **Zara Home** 1 495 Ft



Kombinált üzemanyag-fogyasztás: 5,0-7,3 l/100 km, kombinált CO₂-kibocsátás: 131-170 g/km.
*További részletek a www.mercedes-benz.hu/szerviz oldalon.

Az új GLC Coupé.
A legjobbat hozza ki minden terepből.

Mercedes-Benz
The best or nothing.





Pénztárca **Purse Furla** 35 500 Ft
Pénztárca **Purse Furla** 35 500 Ft
Fülbevaló **Earrings Nina Ricci/Cadenzza** 29 900 Ft
Gyűrű **Ring Cadenzza** 19 900 Ft



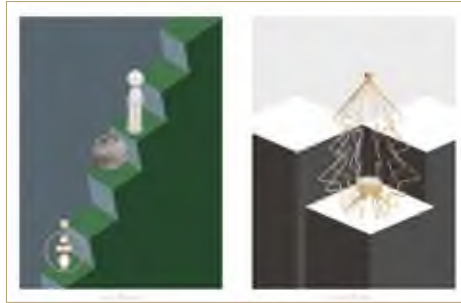
Táska **Bag Furla** 205 000 Ft
Kulcstartó **Keyring Furla** 26 000 Ft



Kulcstartó **Keyring Furla** 19 500 Ft
Sószóró **Salt shaker Zara Home** 2 995 Ft



Táska **Bag Furla** 102 500 Ft
Gyűrű **Ring Jean Paul Gaultier/Cadenzza** 32 900 Ft



Fülbevaló **Earring Cadenzza** 32 900 Ft
Fülbevaló **Earring Oscar de la Renta/Cadenzza** 92 900 Ft
Karácsonyfa dísz **Christmas Ornament Zara Home** 3 995 Ft
Mécsestartó **Tealight Zara Home** 3 995 Ft



Felső **Top Nanushka** 79 800 Ft
Felső **Top Nanushka** 45 500 Ft
Nyakpánt **Choker Furla** 38 500 Ft
Fülbevaló **Earring Tom Shot Berlin/Cadenzza** 12 900 Ft



Nadrág **Trousers Nike** 21 999 helyett 10 990 Ft
Felső **Top Nanushka** 78 000 Ft
Mellény **Waistcoat Nike** 33 990 Ft
Öv **Belt Lacoste** 25 280 Ft
Cipő **Shoes Kitten/Office Shoes** 15 990 helyett 11 190 Ft
Hajpánt **Headband Lacoste** 2 600 Ft
Táska **Bag Furla** 85 000 Ft
Kulcstartó **Keyring Furla** 21 000 Ft
Nyaklánc **Necklace Helene Zubeldia/Cadenzza** 124 900 Ft
Klipisz fülbevaló **Clip-on earring Anton Heunis** 49 900 Ft

ÜZLETLISTA SHOPPING LIST

CADENZZA
Fashion Street, 1052 Budapest, Deák Ferenc utca 21.
+36 1 249 8250
hétfő - szerda **Monday - Wednesday**: 10:00 - 20:00
csütörtök - szombat **Thursday - Saturday**: 10:00 - 21:00
vasárnap **Sunday**: 10:00 - 18:00
EXCLUSIVE CHANGE
Fashion Street, 1052 Budapest, Deák tér 3.
hétfő - szombat **Monday - Saturday**: 9:00 - 21:00
vasárnap **Sunday**: 10:00 - 18:00
FURLA
Fashion Street, 1052 Budapest, Deák Ferenc utca 23.
+36 1 328 0851
hétfő - szombat **Monday - Saturday**: 10:00 - 20:00
vasárnap **Sunday**: 11:00 - 19:00
furla.com
HUGO BOSS
Fashion Street, 1052 Budapest, Deák Ferenc utca 15.
+36 30 992 5901
hétfő - csütörtök **Monday - Thursday**: 10:00 - 19:00
péntek - szombat **Friday - Saturday**: 10:00 - 20:00
vasárnap **Sunday**: 10:00 - 18:00
roland.hu
INTIMISSIMI
Fashion Street, 1054 Budapest, Deák Ferenc utca 19.
+36 30 437 0060
hétfő - szombat **Monday - Saturday**: 10:00 - 21:00
intimissimi.com

KFC
Fashion Street, 1052 Budapest, Deák Ferenc tér 3.
+36 70 682 1833
mindennap / **Every day**: 10:00 - 24:00
kfc.hu
LACOSTE
Fashion Street, 1052 Budapest, Deák Ferenc utca 21.
+36 20 259 38 09 | +36 1 266 9792
hétfő - szerda **Monday - Wednesday**: 10:00 - 20:00
csütörtök - szombat **Thursday - Saturday**: 10:00 - 22:00
lacoste.com
LLOYD
Fashion Street, 1052 Budapest, Deák Ferenc utca 21.
+36 1 429 0101
hétfő - szombat **Monday - Saturday**: 10:00 - 9:00
vasárnap **Sunday**: 10:00 - 17:00
lloyd.de
MASSIMO DUTTI
Fashion Street, 1052 Budapest, Bécsi utca 5.
+36 1 501 2030
hétfő - szombat **Monday - Saturday**: 10:00 - 21:00
vasárnap **Sunday**: 11:00 - 20:00
massimodutti.com
NANUSHKA
Fashion Street, 1054 Budapest, Deák Ferenc utca 17.
+36 1 202 1050
hétfő - szombat **Monday - Saturday**: 10:00 - 20:00
vasárnap **Sunday**: 12:00 - 18:00
nanushka.hu

NIKE
Fashion Street, 1052 Budapest, Deák Ferenc utca 19.
+36 70 881 9463
hétfő - szombat **Monday - Saturday**: 10:00 - 21:00
nike.com
OFFICE SHOES
Fashion Street, 1052 Budapest, Deák Ferenc utca 17.
+36 30 526 7458
hétfő - szerda **Monday - Wednesday**: 10:00 - 21:00
csütörtök - szombat **Thursday - Saturday**: 10:00 - 22:00
vasárnap **Sunday**: 10:00 - 20:00
officeshoes.hu/cipoball-office-shoes-fashion-street
OYSHO
Fashion Street, 1052 Budapest, Bécsi utca 5.
+36 1 580 2313
hétfő - szombat **Monday - Saturday**: 10:00 - 21:00
vasárnap **Sunday**: 11:00 - 20:00
oysho.com
PIZZAME
Fashion Street, 1052 Budapest, Deák tér 3.
+36 1 266 0377
mindennap **Every day**: 10:00 - 24:00
facebook.com/pizzamefashionstreet
STARBUCKS
Fashion Street, 1052 Budapest, Deák Ferenc utca 23.
+36 70 682 1908
vasárnap - szerda **Sunday - Wednesday**: 07:00 - 22:00
csütörtök - szombat **Thursday - Saturday**: 07:00 - 23:00
starbucks.hu

SÜEL
Fashion Street, 1052 Budapest, Deák Ferenc utca 17.
+36 30 670 1455
hétfő - szombat **Monday - Saturday**: 10:00 - 20:00
vasárnap **Sunday**: 10:00 - 19:00
suel.hu/suel
TOMMY HILFIGER
Fashion Street, 1052 Budapest, Deák Ferenc utca 15.
+36 30 676 9458
hétfő - csütörtök **Monday - Thursday**: 10:00 - 19:00
péntek - szombat **Friday - Saturday**: 10:00 - 20:00
vasárnap **Sunday**: 10:00 - 18:00
roland.hu
VAPIANO
Fashion Street, 1052 Budapest, Bécsi utca 5.
+36 1 411 0864
vasárnap - csütörtök **Sunday - Thursday**: 11:00 - 23:00
péntek - szombat **Friday - Saturday**: 11:00 - 24:00
vapiano.hu
ZARA HOME
Fashion Street, 1052 Budapest, Bécsi utca 5.
+36 1 580 2356
hétfő - szombat **Monday - Saturday**: 10:00 - 21:00
vasárnap **Sunday**: 11:00 - 20:00
zarahome.com



Az új Audi Q2 motorizáltságtól függő, kombinált átlagfogyasztása: 5,4 l/100 km, CO₂-kibocsátása: 119-124 g/km.

#városi?
#kompakt?
#felnőtt?



Audi Q2 #untaggable

Vannak dolgok, amiket egyszerűen nem lehet kategóriákba sorolni. #SUV? #városi? #kompakt? Ezek közül mindegyik igaz rá, és még több is. Az új Audi Q2 #untaggable.

Audi A haladás technikája



BOSS
HUGO BOSS







BOSS
HUGO BOSS



ILLUSION

