



GAN
Lan, índigo en mandarín, es una nueva tipología de sofá del prestigioso estudio Neri&Hu. Juega con módulos, respaldos y alfombras. Desde 2.500 euros. www.gan-rugs.com

SANCAL. El atrevimiento caracteriza a esta marca que riza el rizo con la gama Cosas. Entre ellas, jarrones textiles y mantas con tanta gráfica y humor como Lindo Gattito. Desde 190 euros. sancal.com



VICCARBE. Patricia Urquiola amplía la familia de mesas Burin que homenajea al instrumental carpintero. Este modelo "extended" cuenta con enchufes retráctiles. Desde 580 euros. www.viccarbe.com

CARMENES. Dentro de su colección Easy Living destaca el relax visual de Numeral, un sofá modular de formas redondeadas y pies metálicos, muy años 50. Desde 2.152 euros. www.carmenes.eu



MOBLES 114
La silueta tubular de Tube, la silla diseñada por Eugeni Quitllet, adopta nueva estética. Con asiento de madera (en la imagen) o tapizado, un plus de calidez. Desde 510 euros. mobles114.com



FERIA Milán

ESPAÑOLES SIN COMPLEJOS

Las empresas de diseño nacional son el secreto mejor guardado de muchos arquitectos europeos. Un vistazo a las novedades presentadas en el **SALÓN DEL MUEBLE** de Milán certifica que el "made in Spain" vende.

Por ANA RAMÍREZ

T

enemos buena imagen fuera de nuestras fronteras, no sólo por el producto, también por la forma de hacer negocio: servicio, logística, flexibilidad... Atributos que hacen de las españolas firmas interesantes para el cliente extranjero. Meridiano se manifiesta en este sentido Juan Mellen, director de Reunión de Empresas de Diseño (RED), que aglutina a 45 marcas del sector, de las cuales 17 (al-

ridiano se manifiesta en este sentido Juan Mellen, director de Reunión de Empresas de Diseño (RED), que aglutina a 45 marcas del sector, de las cuales 17 (al-



KRISKADECOR
Un paso más en las posibilidades de creación con anillas metálicas y cadenas. El estudio Yonoh las convierte en las lámparas Aura. 3.800 euros. www.kriskadecor.com



ONDARRETA. La firma vasca es sillas, mesas..., y estanterías. El banco original Dry evoluciona hacia esta estructura modular con estantes de acero y abedul. 2.460 euros. www.ondarreeta.com



BD BARCELONA. Volúmenes y tapicería desbordante son las claves de la colección Grasso firmada por Stephen Burks. En piel y en tejido desarrollado por Bolon. Desde 2.646 euros. bdbarcelona.com



NANI MARQUINA
Versión tridimensional de las exquisitas alfombras de la firma. Estos pufs cilíndricos con base de abedul están tapizados con kilims geométricos en tonos neutros. 548 euros. nanimarquina.com



VONDOM. Nada menos que Marcel Wanders firma la colección Suave que hace bueno su nombre en texturas, tejidos y paleta. Sofá, pufs y maceteros para el jardín..., o el salón. 6.000 euros. www.vondom.com

gunas de ellas en estas páginas) han tenido presencia destacada en el Salón del Mueble de Milán, La Feria con mayúsculas. “El español es el nuevo diseño europeo. Nuestras industrias de carpintería, tapicería, piedra..., son el secreto mejor guardado de muchos arquitectos europeos”, asegura Mellen. Entonces, ¿el diseño *made in Spain* vende? “¡Claro que vende! El 75% de producción de las marcas RED va a los mercados internacionales. Vamos a un nicho, el que tiene sensibilidad por este tipo de producto, pero buscamos todos los públicos”. Así que fuera complejos. “Al

diseño español le falta poco para creérselo. La nuestra es la primera representación internacional en tamaño de la feria de Milán [un total de 73 firmas], sus propuestas son seguidas por la competencia y este año probablemente ha sido la mejor participación tanto por inversión en los espacios como por nuevos conceptos, materiales, técnicas...”, valora.

Es mucho decir si consideramos las mareantes cifras que maneja esta cita mundial con el diseño. En la 57 edición celebrada en abril 434.509 visitantes (un 26% más que el año pasado) de 188 países pasaron por

sus pabellones para conocer de primera mano, y asiento, las propuestas de 1.841 marcas. Una demostración de negocio floreciente, el optimismo se palpaba en el ambiente. “Esta feria será recordada como el inicio de un nuevo ciclo tras una década de incomodidades en el mercado europeo especialmente. La borrachera de color y el nivel de calidad a precio razonable corrige la trayectoria de un sector que iba hacia el ostracismo con propuestas *low-cost*, reciclaje y recuperación de elementos históricos o hacia el lujo exacerbado, modo Imelda Marcos”, remata. ◀