

diseñando

Interiorismo y decoración

Nº 3 | Junio 2025

ENTREVISTA

**ANDREU
CARULLA**

Andreu Carulla Studio /
ACID Studio

PROYECTO DE
INTERIORISMO

BOUTIQUE DE MODA
Senda Interiorismo

REPORTAJES

TENDENCIAS EN SOFÁS

**ESPECIAL
CASA DECOR 2025**



alverlamp

LIGHTING YOUR VISION

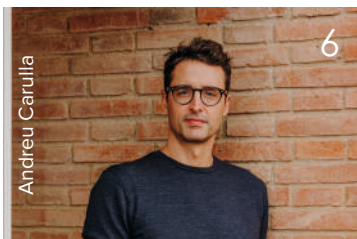
En Alverlamp transformamos la luz en diseño. Adaptamos cada detalle para que tu espacio refleje tu estilo único. Ilumina tus proyectos con soluciones a medida.



www.alverlamp.es

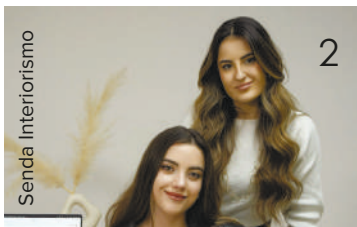
SUMARIO SUMARIO

Nº 3 - JUNIO 2025



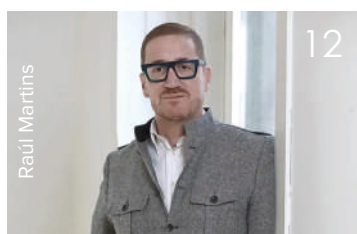
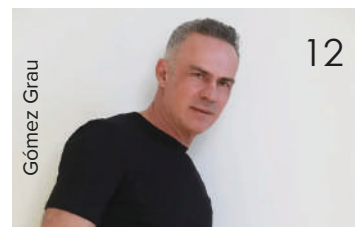
PROYECTO

2 **ACTUALIDAD**
EL ARMARIO DE DIANA /
SENDA INTERIORISMO



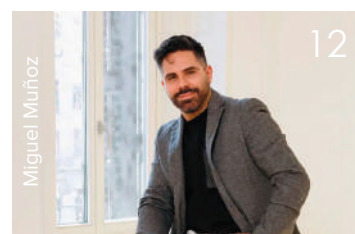
ENTREVISTA

6 **ANDREU CARULLA**
ANDREU CARULLA DESING
ACID STUDIO

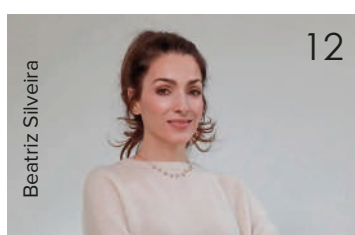


REPORTAJES

12 **CASA DECOR 2025**
UN ECOSISTEMA ÚNICO

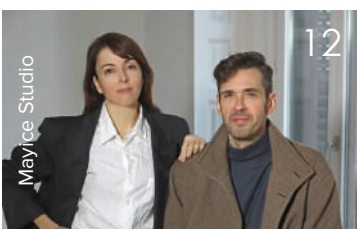


24 **TENDENCIAS EN SOFÁS**
AIRES DE LIBERTAD

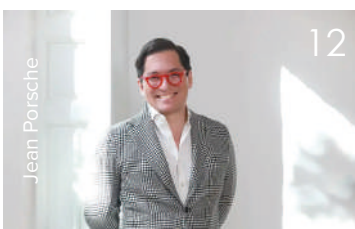


SECCIONES

22 **PROYECTOS**
SALA VIP "CIBELES" DE
LA T1 MADRID BARAJAS /
EFEBEARQUITECTURA



SEDE CENTRAL DE INTERFA /
DENYS VON AREND



50 **NOVEDADES**
51 **PROVEDORES**
52 **FERIAS Y CONVOCATORIAS**



diseñando
Interiorismo y decoración



Alezu Ediciones

@alezuediciones

Alezu Ediciones



alezu
ediciones

Editor/Director: Martín Aleñar · Socia/Ejecutiva: Alba Zuluaga · Socia/Arquitecta: Elena Aleñar · Dpto. Maquetación: Laura Flórez · Dpto. de Redacción: Natalia Crespo, Rebeca Gallego · Dpto. Comercial: Mónica Serrano, Iván Moraleda, M. Carmen Argudo · Dpto. de Marketing Digital: Itziar López · Dpto. de Informática: Álvaro Tocados · Soporte web: Pentasys · Imprenta: Jomagar · Distribuidora: Global Post · Depósito Legal: M-17629-2024 · ISSN: 3045-4182 · Edita: ALEzu Ediciones, S.L. C/ Carpinteros, 6. Ofic. 29 (Edificio Prolar) 28670 Villaviciosa de Odón (Madrid) www.alezuediciones.com/contacto@alezuediciones.com/Tel.: 917047899 P.V.P. del ejemplar: 25 euros

Elena Fernández y Miriam Palacios



Los pueblos ya no son lo que eran. Por eso, sin renunciar a su estilo de vida tranquilo, cercano y rural, están promoviendo una nueva tendencia en el mundo del interiorismo: la transformación de viviendas y locales antiguos en espacios modernos, atractivos y funcionales, al estilo de las grandes urbes. El joven estudio Senda Interiorismo, fundado por Elena Fernández y Miriam Palacios, representa esta tendencia que, además, fomenta la economía local. Una de sus últimas intervenciones es la reconversión de una antigua vivienda del pueblo toledano Miguel Esteban, en la atractiva tienda de moda El armario de Diana, “generando un diálogo perfecto de cómo en un entorno rural puede existir un diseño diferente más propio de un entorno urbano”.

EL ARMARIO DE DIANA

SENDA INTERIORISMO

MODA E INTERIORISMO EN PERFECTO EQUILIBRIO

El Armario de Diana ejemplifica la revitalización de locales y viviendas en ruinas, mediante su transformación en espacios contemporáneos y funcionales que crean un contraste respetuoso y perfectamente integrado dentro de un pueblo. Sus artífices, las diseñadoras de interiores Elena Fernández y Miriam Palacios, han considerado al máximo la distribución del inmueble original, “con el propósito de destacar la belleza de lo existente, generando zonas de atracción que invitan a recorrer el local y descubrir todos sus rincones, donde cada prenda es expuesta como una pieza de arte especial”, explican. Además, la esencia histórica del edificio pervive en elementos arquitectónicos originales que han quedado expuestos como vigas y paredes de ladrillo, combinando funcionalidad y estética.

En origen, el local fue una vivienda de dos plantas. “Cuando tuvimos la primera toma de contacto con el espacio antes de nuestra intervención, el propio lugar nos inspiró en el estado en el que estaba”, recuerda Elena Fernández: “Nuestro concepto se basa en mantener y respetar el espacio y su distribución en todo lo posible, ensalzar tanto el estado antiguo de la vivienda como nuestra intervención y conseguir un diálogo donde lo existente y lo nuevo tienen la misma

importancia. Al ser una vivienda antigua en el centro de un pueblo, nos parecía interesante dejar el sistema constructivo que se empleaba antiguamente (piedras, mampostería, yesos...) a la vista y destacar el estado de ruina en el que se encontraba el espacio”.

En octubre de 2023 comenzaron las obras; el objetivo, crear una tienda exclusiva en la región. “La propietaria nos dio total libertad para poder diseñar el proyecto ya que confiaba en nuestras ideas y buscaba un resultado diferente a cualquier proyecto retail de los alrededores”. La distribución de la vivienda se respetó para conservar su esencia: “Esta base la limpiamos, dejamos vistos todos los materiales originales y generamos una nueva piel que recorre el espacio y que contrasta por la diferencia de textura de sus acabados, siendo estos más finos y homogéneos que los que ya existían. En esta nueva piel fue donde planteamos todos los colgadores y zonas de exposición del producto”. Como apuntes, la piel se creó con el ‘yeso controlado’ de alto rendimiento PLACO SAINT GOBAIN, que garantizaba un acabado perfecto para todas las superficies; y los colgadores se hicieron de forma artesanal en “maderas crudas en consonancia con las maderas decapadas y recuperadas de algunas contraventanas



Los espejos de pie de ZARA HOME, la lámpara de araña de LÁMPARAS ROMA y cortinas de LA REDOUTE aportan un acento decorativo lujoso y acogedor a la tienda.

existentes”, dando un sutil toque rural al interior de la tienda. Además, explican, “se trata de materiales sencillos y en su mayoría continuos, como yesos o resinas en el suelo para generar un ambiente homogéneo y dar protagonismo al producto, en este caso, las prendas con sus diferentes colores y texturas. Buscamos una base homogénea para que cualquier tipo de color o prenda tuviera un lienzo en blanco y facilitar así la combinación de piezas con el interiorismo”. Tan “homogénea”, que incluso el mostrador de piedra de la firma COSENTINO se eligió blanca con bordes orgánicos, mimetizándose con los demás elementos.

MENOS ES MÁS

También crearon espacios de almacenamiento visto, y oculto para el stock: “Considerábamos importante huir de la saturación de producto para que cada prenda se expusiera como una obra de arte, y tuviera su importancia”. Para lograrlo, recuerdan, “se planteó una gran zona de almacén para reunir los diferentes tallajes y colores de cada prenda, teniendo a mano toda la variedad de productos, pero sin que toda se vea expuesta, evitando así la saturación visual para el usuario”. En este sentido, la armonía y fluidez del local define la filosofía de Senda Interiorismo: “(...) apostar por texturas frescas y naturales, potenciar la entrada de luz natural, incorporar vegetación y generar formas orgánicas en la distribución de los espacios. En este proyecto hicimos un reflejo de nuestra filosofía y del estilo wabi-sabi que describe la apreciación

del envejecimiento y la belleza de las cosas sencillas e imperfectas. Una de nuestras referencias también es el arquitecto Ricardo Bofill, que utilizó esa romantización de la ruina en el proyecto de su vivienda La Fábrica”.

Durante las obras surgieron desafíos estructurales y arquitectónicos, recuerdan: “Lo más complicado (...) fue integrar la instalación de todos los sistemas de climatización, ya que evitábamos dejar visto cualquier aparato que pudiera alterar la estética de diseño, con lo cual optamos por un sistema de climatización con rejillas que queda totalmente oculto con los muros de carga existentes”. También lo fue la instalación eléctrica: “Por la poca altura de los techos existentes, tuvimos que distribuir los focos de manera exacta para poder picar y empotrarlos en el lugar que correspondiera, ya que no queríamos generar un falso techo que redujera la altura que teníamos. Y optamos por iluminación indirecta en los expositores para acompañar a la iluminación general”. Así, crearon un ambiente elegante reforzado con texturas orgánicas, colores neutros y “vegetación preservada -explican- que mantiene el olor de la flor para dar un aspecto de ruina apoderada”.

En cuanto a la distribución de los espacios, aplicaron estrategias del ‘visual merchandising’: “Queríamos respetar al máximo lo existente, pero darle mucha importancia al customer journey. El mostrador lo pusimos en el interior para incitar al usuario al recorrido de toda la tienda una vez vaya a pagar, al igual que la situación de los probadores, sumando la importancia de darles

<< se nos dio total libertad para poder diseñar, ya que se confiaba en nuestras ideas y se buscaba un resultado diferente >>

privacidad”. Y para captar la atención sobre los productos: “Toda la zona expositiva de la tienda la dejamos lo más próximo a la fachada para que pudiera llamar la atención de cualquier peatón”, resume Elena Fernández.

Las diseñadoras también potenciaron la ubicación privilegiada del inmueble: “Cuando se trata de un proyecto en un entorno rural, parece algo más arriesgado proponer ideas diferentes debido a que no suele ser tan común como en un entorno urbano, pero creemos que cualquier negocio en cualquier lugar necesita un interiorismo que lo caracterice y que hable de una imagen de marca para aportar y ayudar en rentabilidad y funcionamiento. Como en este caso tuvimos total libertad, no nos dio miedo apostar por algo diferente y que llamara la atención en el pueblo”. Elena Fernández matiza: “El interiorismo de la nueva tienda habla de una renovación. Queríamos reflejar el cambio que la propietaria iba a realizar al cambiarse del local antiguo que tenía, tanto con la estética de la tienda como con el cambio del producto que iba a exponer”. Y para lograrlo, contaron con artesanos y proveedores locales: “Nos gustaría destacar la implicación de todos los gremios existentes que trabajaron para lograr una imagen definitiva acorde con el concepto del proyecto,

desde los yeseros que lograron ese contraste de texturas hasta la florista que fue la encargada de realizar unos trabajos de flores preservadas (...)”.

Y para lograrlo, Senda contó con artesanos y proveedores locales: “Nos gustaría destacar la implicación de todos los gremios existentes que trabajaron para lograr una imagen definitiva acorde con el concepto del proyecto, desde los yeseros que lograron ese contraste de texturas hasta la florista que fue la encargada de realizar unos trabajos de flores preservadas que dando la sensación de que la propia vegetación se había propagado desde la ruina del local”.

En cuanto al exterior del inmueble, “la fachada debía tener el mismo lenguaje del interior donde se ensalza el estado de ruina de la vivienda. Es por ello que se revistió con un material blanco y continuo, hablando de una renovación, pero dejando vistas partes de la piedra de su sistema constructivo”. Y la fórmula funciona, afirma Elena Fernández: “Creemos que el resultado final genera un contraste con los negocios y estilo de arquitectura existente en la ubicación del pueblo -Miguel Esteban-, pero al mismo tiempo respeta la vivienda existente y ese estilo de distribución de esta vivienda, así que es un diálogo perfecto de como en un entorno rural puede existir un diseño diferente más propio de un entorno urbano”.

La tienda se finalizó en agosto de 2024, y “aunque supuso un proceso largo”, Miriam Palacios y Elena Fernández afirman estar “muy satisfechas con el resultado final”, y agradecen “(...) el trabajo de todos los profesionales que nos ayudaron a transformar el proyecto del papel a la realidad”. #



Elementos arquitectónicos originales han quedado a la vista resaltando el carácter auténtico del local y la belleza de lo imperfecto

[Entrevista]

ANDREU CARULLA

ANDREU CARULLA DESIGN / ACID STUDIO

INNOVACIÓN CON ALMA ARTESANAL



Como diseñador multidisciplinar, Andreu Carulla reformula el mundo del diseño, conjugando tradición y artesanía con vanguardia y tecnología, en una ecuación creativa donde cada elemento suma, dando como resultado proyectos de expresión única y renombre internacional.

Desde su estudio, en el ambiente rural de Banyoles, Girona, apuesta porque la sostenibilidad sea ya un proceso intrínseco del diseño contemporáneo, y no una tendencia o necesidad, tal y como ha desvelado a DISEÑANDO INTERIORISMO en una entrevista personal, que nos ha permitido comprender cómo la emoción, la conciencia, el diseño y la funcionalidad se entrelazan en su obra; una conversación cercana y reveladora que compartimos a continuación.



Cuando comenzó su andadura profesional, Andreu Carulla (Girona, 1979) lo hizo como diseñador industrial. En 2006 fundó su estudio ANDREU CARULLA DESIGN, centrado en el diseño artesanal con acento mediterráneo, siempre con las miras puestas en la sostenibilidad y la exploración de los materiales. Posteriormente, lo complementó con ACID STUDIO, su particular laboratorio donde el diseño se trabaja desde un punto de vista más experimental, digital y tecnológico. Desde ambos espacios de trabajo, Carulla lanza piezas de manufactura propia y realiza colaboraciones con destacadas marcas de restauración o la industria del diseño, abarcando mobiliario, objetos funcionales y decorativos, así como proyectos de interiorismo, e incluso iniciativas de conservación del patrimonio rural, como el proyecto “Diseñando la repoblación”. Por ello, arrancamos la entrevista preguntándole: **¿cree que su formación como diseñador industrial influye o caracteriza de algún modo sus aportaciones al mundo del diseño de interiores y la decoración, o condiciona sus proyectos?**

“Pues sí, es un elemento claramente diferenciador en cuanto a que también, de alguna forma, en el estudio no tenemos

límites de producción. O sea, lo que queremos hacer, lo podemos hacer porque lo sabemos hacer. Me explico. Cuando tú tienes una necesidad de sentada o de apoyo, o de lo que sea, el proceso convencional de un interiorista es buscar en el mercado qué existe. Nuestro proceso, en mi estudio, es crearlo de cero, acorde con el concepto”.

En cualquier caso, esta fusión de disciplinas se produjo “de forma natural, absolutamente”, tal y como corrobora, cuando **le preguntamos si esta trayectoria fue algo premeditado, o consecuencia de tener una mentalidad abierta a nuevas oportunidades:** “¡Súper abierto!, esto ha surgido de forma orgánica y totalmente espontánea. Bueno, de hecho, empujado por los hermanos Roca, del Celler de Can Roca, que ellos me dieron la oportunidad, o vaya, me empujaron, casi me obligaron a hacer un restaurante durante la pandemia, que fue el Restaurant Normal. Y a partir de aquí, vi que era un campo a trabajar y, sin más, llegaron más encargos”. **¿Se podría decir, por tanto, que fueron los hermanos Roca quienes vieron su potencial como interiorista?** “Sí. Supongo que, como siempre estoy ahí con ellos, trabajando en producto, pues dijeron: ‘¡pruéballo!’”. Y aunque en un principio



Tramo, Restaurante Madrid

Carulla respondió con un rotundo: “No, que no soy interiorista”, los chefs catalanes insistieron tanto: “Pruébalo, venga, hacemos cualquier cosa, lo que salga” -recuerda Carulla-, que finalmente aceptó el reto y lo superó con creces: “Ellos se sorprendieron, yo me sorprendí, y todos encantados”.

Es indudable que el hecho de dominar los principios matemáticos y otros conceptos, como los volúmenes y la geometría, también imprescindibles en el diseño de interiores, le permitió esta transición entre disciplinas de forma casi natural, como él nos confirma: “Sí, exacto. Es un cambio de escala, pero la geometría y el control del volumen es exactamente el mismo. Hay un aprendizaje también de la luz, de las materialidades de panelados o de suelos, pero es algo que estamos haciendo y estamos disfrutando muchísimo”.

Esencia mediterránea

Cambiando de tercio, “desde hace ya cuatro años”, como apunta el propio diseñador catalán, Carulla colabora con la firma ROCA. Precisamente, **esta entrevista fue realizada en el espacio Roca Madrid Gallery, se pueden ver la colección TURA, que creó para la firma ma internacional en 2024, y de la que presentó una nueva línea, de la que pedimos nos explique su novedad:** “Es una versión en mate -apunta- que aporta una calidez y un gusto táctil muy distinto al brillo normal de un cristal o de una cerámica esmaltada. Entonces, en mate es más humano, es más cercano”.



Roca Tura

<< hay muchos tópicos sobre el diseño mediterráneo y todo se termina asociando solo con los materiales y los acabados >>

La colección TURA, diseñada por Andreu Carulla para ROCA -que nació en 1917 en Barcelona, y a día de hoy es líder internacional en el sector de la porcelana sanitaria y la grifería-, se caracteriza por su estética artesanal y natural, inspirada en la cerámica tradicional mediterránea, y la arquitectura barcelonesa del siglo XX (un inciso: Tura proviene de es cul-Tura, arquitec-Tura), con un diseño y producción totalmente sostenibles, y el propósito de ofrecer piezas que ayuden a crear ambientes serenos y acogedores, propios del diseño mediterráneo. Sin embargo, puesto que el diseño mediterráneo tiene tantos matices le preguntamos: **¿cree que su visión del diseño mediterráneo coincide con el que otras culturas le confieren?** “Hay muchos tópicos sobre el diseño mediterráneo y todo se termina asociando solo con los materiales y los acabados, ¿sabes?, la terracota o el vivir al fresco..., todos estos tópicos mediterráneos.

Pero más allá, nosotros, como somos mediterráneos de verdad, lo tenemos integrado. Entonces, es una forma de ver, una forma de percibir los espacios más... no sé, igual con una alegría, un desparpajo y una menor rigidez que la que podemos ver en otros países que son como más estancados. No sé muy bien cómo definirlo, pero nosotros no partimos de los tópicos mediterráneos, sino que nos dejamos influenciar por nuestro día a día, y por nuestras vivencias de pequeños y, ahora, ya de adultos. Y esto lo trasladamos, en este caso, al producto y a los espacios en la propia dirección artística de la colección TURA”. El creador se refiere al espacio conceptual “Tempus” que creó para ROCA, en la recién finalizada edición 60ª de CASA DECOR. **¿Cuál fue la motivación que le impulsó a diseñar este inusual espacio?** Generar una reflexión, centrar el paso del tiempo como en dos partes: una que es notoriamente degradado por el paso del tiempo y otra totalmente atemporal, que es donde nosotros ubicamos los inodoros de Roca, la colección TURA, que también tiene esta característica de atemporalidad. Y entonces, jugando con esto, hemos llevado al extremo los dos lados. En uno usando materiales nobles y muy naturales y atemporales y en el otro, quitando de toda superficialidad en el espacio y enseñando las entrañas del espacio, poniendo gotas, haciendo un vaso de agua, puntales, un sitio un poco decadente”.

Andreu Carulla integra la sostenibilidad en cada aspecto de su trabajo. Su enfoque se basa en la autenticidad, el uso de materiales locales y la reducción del impacto ambiental. **¿Esta filosofía de trabajo surge de forma altruista o como necesidad por los tiempos que corren?**

“Bueno, a nivel objetual sí que lo intentamos. Pero no es nada forzado y esto de la sostenibilidad es algo de lo que voy a intentar dejar de hablarlo ya porque es algo que tiene que ser ya inherente al propio diseño, o sea, es la forma que tenemos que afrontar nosotros, todos los diseñadores, los nuevos proyectos y estaremos muy felices el día que se deje hablar de ello porque será que es una realidad, y de hecho



LUXURY ITALIAN CERAMICS
FOR A SUSTAINABLE
AND INNOVATIVE FUTURE





Normal, Restaurante Girona

hay un futuro bastante próximo que saldrá mejor usar materia prima reciclada que no virgen porque en algunos casos ya se habrá agotado, entonces dejamos de hablar un poco de sostenibilidad y podemos hablar de gestos que se hacen que sean diferenciales o simpáticos o estéticamente y funcionalmente que aporten en el proyecto”. **¿Quiere decir que ya es hora de que la sostenibilidad deje de ser moda y que empiece a ser norma?** “Claro, exacto”.

Sin embargo, para lograr este propósito, se requiere de la interacción con diferentes profesionales de muy diferente índole, lo que nos trae a la mente el símil de un director de orquesta, capaz de unir en una misma sinfonía, instrumentos dispares, tal y como hace Carulla. **¿Se podría decir que es usted una especie de nexo de unión y coordinación entre marcas, artesanos, diseñadores?** “Sí. De hecho, esto lo sufro bastante”. **¿Y qué cualidades se requieren para poder desarrollar este papel, y sacar lo mejor de cada sector, siendo tan dispares entre sí?** La cualidad es la empatía: se tiene que ser extremadamente empático con todos los que te rodean. Primero de todo, con el cliente para intentar pensar con su mente qué es lo que quiere, cuál es su objetivo, por qué necesita nuestros servicios y cómo les podemos ayudar.

Después, para conseguirlo, tenemos que usar palancas como el artesano u otro tipo de proveedor que tiene que estar alineado en esta filosofía; tienes que saber sus intereses, sus limitaciones, sus ambiciones... Entonces, esto se resume en empatía 360, que te obliga a estar muy atento, a ser muy cuidadoso con todos los de tu alrededor, quienes, al final, son los que aportan valor, porque yo solo no consigo nada. Al final, como dices, es más una dirección de orquesta con un diseño bien planeado, donde mi función es dirigir y componer, y después que el resto toquen de la mejor forma que puedan”. **¿Y en este particular proceso de creación, permite que otros profesionales interactúen con sus diseños?** “No estéticamente, o no funcionalmente, pero sí en la forma de producir o de agilizar la producción, en ver otro

acabado que no había pensado, en ver otra solución técnica de acabado, de estructura..., en esto estoy absolutamente abierto, si no es imposible. Yo creo que lo más inteligente es saber escuchar y alimentarte de los que saben más que tú en su campo”.

Visión internacional

Andreu Carulla es un hombre ávido de nuevos conocimientos, lo que le lleva a viajar a otros países, como Japón, para conocer de primera mano cómo trabajan sus artesanos, qué técnicas y qué materiales. **¿Qué es lo que le aportan estas visiones tan diferentes de otros creadores internacionales?** “La globalización es un hecho y más que sufrirlo, lo estoy disfrutando muchísimo. Viajar nos permite ver cosas diferentes, aprender muchísimo de otros sitios y aprender al lado de gente que ha tenido una formación y una cultura totalmente distintas. La curiosidad que nos define a la mayoría de diseñadores, se alimenta con estos viajes, con estas conexiones y con esta colaboración con gente muy dispar y muy distinta, tanto a nivel de territorio nacional, en toda España, como a nivel internacional, que ya es lo más cuando vas a Japón, y no hablan ni inglés, y tienes que pedir permiso al ‘chairman’, y que mire quién eres y qué haces para que te permita ver a algún artesano, pues esto es alucinante”. **¿Con qué se queda de cada uno de estos viajes de aprendizaje?**

Con la técnica, con la sabiduría, con todo lo que aprendes. A mí lo que me preocupa es perder la memoria; me preocupa mucho el intentar retener este conocimiento y poderlo procesar todo, porque estamos teniendo tantos inputs, los que tenemos el lujo y el placer de viajar y conocer gente, que lo único que me preocupa es no poder asimilarlo todo”. **Y para poder retenerlo, ¿no se plantea, de vez en cuando, echar el freno y centrarse en una línea de trabajo, conceptual o de un producto concreto, durante un periodo de tiempo para explorar al máximo todo su potencial?** No. Seguir una línea me cuesta muchísimo, soy muy dispar, muy desordenado,

muy pasional y me cuesta mucho enfocarme. Aunque veo y digo, hostia, esto si lo hubiera desarrollado o si continuo esta línea pues igual podríamos sacar business o, al revés, aportar algo más y crecer. Pero entonces, ya me distrae cosa que me está interesando mucho y ya cambio. Lo mío es un poco histeria creativa, ¿sabes?”

Lo que él denomina “histeria”, el resto del mundo lo interpreta más bien como “efervescencia” y capacidad creativa, cualidades que le permiten participar en muy diversos proyectos. Por cierto, **¿en qué proyectos está inmerso actualmente?** “Por ejemplo, estamos trabajando con Casa Bonay, en una terraza; y en un hotel en Madrid -Tramo-, y en otro proyecto para ROCA”.

Como ya se ha apuntado, gracias a su enfoque multidisciplinar y su versatilidad, el diseñador funde conceptos tradicionales e innovadores de diferentes disciplinas, creando objetos y diseños que ya tienen nombre propio a nivel internacional. Por tanto, le preguntamos, **¿cuál es su máxima ambición como profesional?**

No es una ambición en sí, pero me gustaría que los productos o el trabajo que hacemos duren más que, evidentemente, mi vida, pero incluso la de mis hijos o mis nietos. O sea, que ellos pudieran disfrutar también de cosas que estoy trabajando

hoy. No me interesa ni la trascendencia, ni el reconocimiento, ni todo esto. **Pero, le interese o no, es indudable que ya está ejerciendo una influencia en el mundo del diseño, y un impacto positivo en otros profesionales, lo cual será su legado al cabo de los años. ¿Es consciente de ello?** A nivel de objeto... a nivel de espacios... No sé, poder transmitir todo este conocimiento o toda esta visión que estoy sacando después de tener todos estos inputs, y pasárselo a alguien que pueda crecerlo, modificarlo, moverlo... Eso tiene que tener algún tipo de heredero, o influenciar de alguna forma a siguientes generaciones. Esto es bonito”.

Antes de despedirnos de Andreu Carulla, le planteamos una pregunta más personal: **¿Podría decirnos cuál es ese proyecto u objeto diseñado por usted, por el que sienta predilección o guarde un especial recuerdo?** No sabría decirte... Un ejemplo muy básico es una silla que hemos hecho para Mahou, que se han fabricado más de un millón de unidades. Esto me ha superado y, cuando las veo en todos sitios, pues, me emociona. Además, tuvieron una implementación muy grande en Valencia y me afectó muchísimo cuando el DANA pasó, y he visto centenares de estas sillas que ahora forman parte del paisaje. Es una imagen como muy bestia, que algo que has hecho tú, ahora, por desgracia, forme parte del paisaje, pero de una forma muy cruda, ¿sabes? Esto me ha conmovido muchísimo. #



Fotografía de Salva López




Silla Lola diseñada por Andreu Carulla Mahou

[Reportaje]

CASA DECOR 2025

UN ECOSISTEMA ÚNICO

Foto: Amador Toril



Para profesionales del interiorismo, la decoración, la arquitectura y disciplinas afines como el diseño industrial, la artesanía o el paisajismo, CASA DECOR representa una plataforma de visibilidad y conexión. Durante seis semanas al año, funciona como un ecosistema vivo donde celebrar, evolucionar y proyectar hacia el futuro tendencias, estilos, productos y modos de concebir y vivir los espacios interiores. Participar en él, desde cualquier rol, es ser parte activa del diálogo contemporáneo entre espacio, conceptualización, funcionalidad, creatividad, sostenibilidad y, por supuesto, tecnología, belleza y bienestar. En 2025, y desde el señorial edificio situado en la calle Sagasta 33, CASA DECOR ofreció 57 espacios únicos, de los cuales a continuación, reseñamos aquellos espacios que fueron distinguidos con los galardones de la edición.

Pero antes de cruzar sus puertas, damos merecido reconocimiento a CASA DECOR como institución, ya que en 2025 ha celebrado sus 60 ediciones y 33 años de andadura. Madrid, Barcelona y Valencia forman parte de su historia, iniciada en 1992. La edición de 2024 fue un claro ejemplo de su propósito: promocionar y dar visibilidad a sus trabajos, productos, servicios y materiales. Estas son las cifras de participación de la edición de 2024: 49.150 visitantes recorrieron los 3.600 m² transformados por 77 profesionales y 133 firmas en 46 espacios. Estos números reafirmaron, una vez más a CASA DECOR como una plataforma de excelencia en arquitectura de interiores, interiorismo y decoración.

La última edición se celebró del 3 de abril al 18 de mayo, en un inmueble decimonónico de la calle Sagasta 33, barrio de Chamberí, construido entre 1899 y 1901 por el arquitecto bilbaíno Luis de Landeche Jordán y Urrés, en el mismo lugar donde previamente se erigía la Real Fábrica de Tapices creada en 1720 por Felipe V, antes de su traslado a la actual sede (calle Fuenterrabía).

Esta joya arquitectónica compuesta de dos edificios coronados con tres torreones: dos octogonales en las esquinas

y uno trapezoidal al centro, recubiertos de teja de cinc al estilo francés. Sus balcones y miradores acristalados añaden dinamismo, mientras que la combinación de balaustradas de piedra y rejería refuerza su elegancia clásica. Cabe destacar la simetría lograda mediante paños de ladrillo rojo delimitados por franjas de piedra revocada en blanco, un contraste apropiado para su privilegiada ubicación en la ciudad de Madrid.

Tras la clausura del evento, el 18 de mayo, el grupo inmobiliario IMPAR CAPITAL, que ya ha colaborado anteriormente con CASA DECOR, rehabilitará el interior del edificio para ofrecer viviendas exclusivas. Anteriormente, en 2003, ya se había ejecutado una reforma integral del edificio, que permitió sanear su fachada y cubiertas, y conservar zonas originales como el portal o la escalera. En total, noventa ventanas abalconadas regalan luz natural a las estancias interiores (algunas circulares) caracterizadas con techos altos, mientras que dos patios interiores completan el inmueble que suma 7.141 m², distribuidos en bajo y cuatro plantas que está a punto de iniciar un nuevo capítulo en su historia.

PREMIO AL MEJOR PROYECTO 2025: ESPACIO “LA FORMA DEL AGUA”

El estudio de arquitectura ZOOCO ESTUDIO ejecutó este proyecto para la firma de sanitarios GEBERIT, recreando una alegoría del agua, como un elemento que fluye, se adapta, y a la vez, moldea espacios, “convirtiéndose en un generador arquitectónico”.

Para ello recrearon una estancia de paredes circulares, empleando espejos para fabricar trampantojos como, por ejemplo, que una bañera semicircular pareciera circular. El jurado destacó este “ingenioso tratamiento de los muros curvos de vidrio, resueltos con gran delicadeza, y el juego de espejos que crea un sorprendente efecto de ilusionismo”. En sintonía, el espacio incorporó paredes de pavés y un suelo continuo de piedra sinterizada, con zonas conectadas por accesos revestidos de madera. Este “excelente ejercicio arquitectónico” creó un recorrido que organizaba el espacio y permitía la entrada de luz natural.

En este escenario GEBERIT presentó, entre otros, el tecnológico inodoro bidé Aqua-Clean y el lavabo encastrado VARI-FORM; además, colaboraron DE LUCIO REFORMAS, NEOLITH, SANRAFAEL, CARL HANSEN & SON, SIMON, e HISBALIT.

1ª Mención Mejor Proyecto 2025: Espacio Fénix-Biblioteca “Gabinetto delle curiosità”

Ideado por Mayice Studio y FORMICA, este galardón reconoce su maestría en explorar el potencial expresivo, sensorial y funcional de la formica -con tecnología de au-

torregeneración ante arañazos-, para revestir paredes y mobiliario. La proporción áurea se utilizó para crear una biblioteca sofisticada y minimalista, de diseño geométrico y una paleta de colores suaves y equilibrados, inspirada en los antiguos gabinetes de curiosidades, por lo que un escritorio central y mobiliario mimetizado en las paredes invitaban a interactuar para descubrir sus secretos, combinando funcionalidad y estética. El techo estructurado con luminarias empotradas aportaba cierta escenografía y profundidad, mientras que una pared con rejilla dorada retroiluminada, y bancada ondulante integrada aportaban un efecto visual dinámico y atractivo.

El jurado destacó este enfoque “muy inteligente, que pone en relieve el material de forma sutil, gracias a la interacción espontánea del visitante que lo lleva a tocar y descubrir el producto”.

En este espacio colaboraron FENIX, FORMICA, HOMAPAL, y NIESSEN.

2ª Mención Mejor Proyecto 2025: Espacio “Intersecciones”

Francesc Rifé Studio planteó una visión histórica de las puertas para la firma PROMA. Mediante despieces de madera de roble teñida, generó un recurso físico que intermedaba con fluidez entre distintos espacios. Al mismo tiempo, en una misma puerta se fusionaban pasado y presente: por un lado, con un corte clásico y detallista; por el reverso, con un estilo contemporáneo aséptico, aludiendo así a todas las posibilidades que este elemento sigue ofreciendo al diseño de interiores.



Foto: Asier Rua
Espacio Geberit por Zooco



Espacio Fenix por Mayice Studio
Foto: Asier Rua



Piedra de Ibiza por U Interior Design
Foto: Amador Toril



Espacio Gómez Grau por Ramón Esteve
Foto: Amador Toril

El jurado destacó que este "espacio de paso, aparentemente discreto, logra elevar el concepto a través de una buena ejecución técnica". También la aparente sencillez visual de su "estructura compleja", valorando cómo "el diseñador ha jugado con el espacio, simplificándolo y haciendo fácil lo difícil", ofreciendo "un nuevo enfoque para una marca clásica, creando un espacio interactivo, donde el público se detiene, explora y descubre nuevas capas".

En la conceptualización de este espacio colaboraron PRO-MA y ARKOSLIGHT.

PREMIO AL MEJOR DISEÑO ORIGINAL DE PROFESIONAL: SUELO "SUNSET BISCUIT"

El estudio U INTERIOR DESIGN recibió este galardón por el diseño del pavimento que se pudo disfrutar en el Espacio Lobby "Ibiza's Soul" de Piedra de Ibiza, un diseño que acentuó el potencial artístico y diferenciador de la piedra, creando un pavimento cubierto con losas con forma de galletas -Sunset Biscuit-, dispuestas en espiga, que procedían de despieces de fábrica, dando valor al reaprovechamiento de los materiales.

Para el jurado, fue un diseño "espléndidamente ejecutado", destacando su alto nivel de habilidad técnica y cómo la junta "forma parte intencionada del diseño como elemento protagonista, lo cual es poco común. No se trata de formas caprichosas al azar, sino de un patrón controlado con intención estética". El suelo, con sus siluetas suaves y redondeadas en los tonos "light pink, dark pink, white y yellow", evocaba lo dulce, artesanal y natural -según el jurado-, en diálogo con la esencia mediterránea.

En este espacio colaboraron **PIEDRA DE IBIZA, NATUZZI ITALIA, AITEX, JUNG, AROMAS DEL CAMPO, AINHOA MORENO, y PABLO MANSO.**

1ª Mención del Premio del Diseño Original de Profesional: Lámparas retroiluminadas en piedra natural, diseñadas por Ramón Esteve

Con este diseño propio, integrado en el Espacio "Gruta" de GÓMEZ GRAU, el arquitecto RAMÓN ESTEVE ofreció una impactante exploración de la belleza y del potencial de la piedra natural. Las lámparas premiadas, suspendidas en el aire, eran bloques de piedra translúcida, iluminadas en su interior, aportando belleza y magnetismo al espacio.

En palabras del jurado: "El diseño juega con la tensión entre masa y luz, opacidad y transparencia, y peso y suspensión", describiéndolas como, "luminarias suspendidas que emergen como estalactitas minerales".

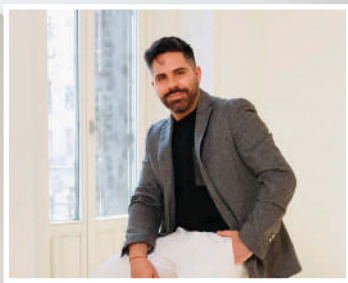
El jurado valoró cómo las luminarias, elaboradas con las piedras Etna Black y Cristal Marrón, se retroiluminaban "potenciando el efecto dramático y expresivo del conjunto".

En este proyecto participaron GÓMEZ GRAU (piedras naturales), VALPAINT (pintura), y SIMON (iluminación LED y domótica).

2ª Mención del Premio del Diseño Original de Profesional: Biombo-separador de Miguel Muñoz, en colaboración con el artista Rubén Fabuel

El espacio Legado Artesano Castilla-La Mancha: Lobby "Esencia Gran Hotel", orquestado por MIGUEL MUÑOZ ESTUDIO, reunió a 25 artesanos manchegos con piezas contemporáneas únicas. Entre ellas, el galardonado biombo-separador diseñado por Miguel Muñoz, con marquetería de paja realizada por RUBÉN FABUEL, reconocido por el jurado por "integrar un trabajo artesanal excepcional y de gran virtuosismo técnico dentro de una composición funcional".

El diseño con cuatro paneles giratorios sobre una base de MDF, presentaba un espejo por una cara, creando un "efecto multiplicador del paisaje" y de los reflejos cambiantes, "según incide la luz solar sobre la marquetería". Dicha marquetería de paja de centeno multicolor estaba presente en el reverso por la otra cara. La paja procedía de la cosecha toledana de RUBÉN FABUEL, y fue teñida y aplicada manualmente, acabada con cera natural de abeja.



Biombo Castilla la Mancha por Miguel Muñoz
Foto: Nacho Urbesalazar

PREMIO AL MEJOR DISEÑO DE PRODUCTO INTEGRADO: RADIADOR -TOALLERO JAY DE INSTAMAT

El premiado radiador -presente en el Espacio de XAZA OUTDOOR, por RAQUEL CHAMORRO y ÁLVARO MAROTO: "Disfrute palaciego durante las cuatro estaciones", y en el Espacio JACOB DELAFON, por LIEVE STUDIO: «Dos vidas en un baño», fue reconocido por su diseño "ligero, minimalista y funcional", y su sistema de calentamiento eléctrico de bajo consumo, que se distancia de los radiadores-toallero tradicionales.

Este calentador de toallas eléctrico de pared mide 175 cm de altura, está fabricado en acero inoxidable, y ofrece diversos acabados, lo que permite su versátil integración.

1ª Mención del Premio del Diseño de Producto Integrado: Ventana S64RP Gala de Strugal

Esta ventana con carpintería de aluminio de diseño arquitectónico y gran eficiencia energética, fue galardonada por su funcionalidad y estética, mencionando el jurado cómo su "delgada hoja de aluminio potencia la superficie acristalada, en un ejercicio de transparencia y luminosidad. Ligera y minimalista, el marco acoge la manilla en un lateral, con diferentes aperturas, lo que refuerza la pureza visual de la ventana". Sus mecanismos de apertura invisible, bisagras ocultas y un sistema de barandilla sin líneas vistas, prolongan la sensación de amplitud y continuidad visual.

La ventana S64RP Gala se integró en "Origehm", el espacio de STROHM TEKA concebido por PILSFERRER (Pilar García Ferrer), recreando un vestidor con baño enfocado al bienestar y el cuidado personal, con profusión de líneas fluidas que evocaban el discurrir del agua. La combinación de materiales naturales con metales pulidos, generaba una atmósfera envolvente y sofisticada, que se complementaba con sanitarios de líneas suaves y griferías tecnológicas.



Restaurante Maisons Du Monde por Raúl Martins
Foto: Nacho Urbesalazar

Colaboraron STROHM TEKA, STRUGAL, CUPA STONE, GRATO, ANTIGÜEDES MARSOL E HIJOS, HOMAPAL, y ARBOLANDE.

2ª Mención del Premio del Diseño de Producto Integrado: Bañera cerámica de SapienStone

La bañera de cerámica SapienStone fue la pieza central del espacio "Dress Code" de IRIS CERAMICA GROUP; un diseño de JAIME BERIESTAIN STUDIO. El jurado la premió por su "equilibrio perfecto entre innovación tecnológica, artesanía y diseño de autor". Compuesta por 100 piezas ensambladas del modelo Fior di Viola 4D, la bañera destaca por su continuidad visual impecable. Fabricada con tecnología 4D Ceramics, reproduce fielmente la estratificación de materiales pétreos, ofreciendo una profundidad visual y táctil única, y minimiza su impacto ambiental. El jurado subrayó que el material, "prodigiosamente cortado y facetado en un proceso artesanal, se ha trabajado con la delicadeza y minuciosidad de una prenda de alta costura".

Esta bañera se integró en un lujoso cuarto de baño que exploraba el potencial de la cerámica 4D, con más de 3500 piezas colocadas a mano en pavimentos, revestimientos y mobiliario.

En el espacio colaboraron IRIS CERAMICA GROUP, SAPIENSTONE. HELENA RUBINSTEIN, GEBERIT, RAMONSOLER, LUTRON, Y PABLO MANSO

PREMIO EXTRAORDINARIO CASA DECOR 2025: ESPACIO "RESTAURANTE MAISONS", DE MAISONS DU MONDE POR RAÚL MARTINS

Diseñado por el estudio multidisciplinar RAÚL MARTIN, este espacio, de 160 m² incluía dos salas, un reservado, recepción y aseo; un proyecto "especialmente complejo", del que el jurado ha calificado su "ejecución muy bien resuelta", integrando diseño, innovación, gastronomía y tendencias, así como de las "marcas que acompañan a la firma titular".



Zenit 3.0 by Alvic

Donde la innovación se convierte en materia y el diseño alcanza su forma más pura

Hay materiales que no solo se ven. Se sienten. Se viven. Que despiertan una emoción al tacto y una certeza visual: la de estar frente a algo extraordinario. Así es **Zenit 3.0, la nueva generación de superficies lacadas supermate de Alvic**, diseñada para quienes creen que el diseño puede —y debe— ir más allá.

Desde su lanzamiento en 2014, Zenit marcó un antes y un después en el mundo del interiorismo. Su acabado sedoso, su elegancia atemporal y su resistencia al uso diario conquistaron a diseñadores y arquitectos en todo el mundo. Hoy, esa revolución se reinventa con una nueva fórmula perfeccionada que ofrece más rendimiento, más belleza y más compromiso con el planeta.

Descubre las razones por las que elegir Zenit 3.0

A sus reconocidas propiedades: tacto sedoso, antihuellas, sostenible, tratamiento antibacteria, y alta resistencia se suman mejoras para crear **una superficie lacada supermate sin límites**.

Prestaciones únicas: mayor resistencia al rayado y la abrasión

Zenit 3.0 es el resultado de años de investigación y mejora continua. **Gracias a una tecnología exclusiva de lacado supermate de última generación**, ofrece una resistencia

al rayado de hasta **5 Newtons, hasta 700 ciclos de abrasión, estabilidad de color absoluta** y un acabado que evita reflejos para realzar la pureza del color y la textura.

Creatividad y funcionalidad sin límites

Zenit 3.0 no solo destaca por su rendimiento técnico, sino también por su propuesta estética. **Con más de 60 diseños disponibles** —que incluyen colores sólidos, piedras, acabados metalizados y maderas— **ofrece infinitas posibilidades para crear ambientes únicos y personalizados**. Esta versatilidad lo convierte en una solución ideal tanto para **aplicaciones verticales como, por primera vez, en horizontales**: desde frentes de cocina y baño hasta revestimientos de paredes, mobiliario comercial o superficies de alto tránsito. Su durabilidad es excepcional y su mantenimiento, mínimo. Con Zenit 3.0, el diseño es sinónimo de fortaleza. Una superficie pensada para durar, sin renunciar a la belleza.

Belleza responsable

Pero lo que verdaderamente distingue **a Zenit 3.0 es su esencia sostenible**. Su proceso de fabricación no emite compuestos orgánicos volátiles. Y con **Zenit Eco, la versión que incorpora un 70% de material reciclado**, Alvic da un paso más hacia un diseño consciente, sin renunciar a la estética ni al rendimiento.

Reconocimiento internacional

Esta excelencia no ha pasado desapercibida. **Zenit 3.0 ha sido galardonado con el Interzum Award 2025 – Best of the Best**, el máximo reconocimiento internacional al diseño de producto, por su aportación innovadora, sostenible y transformadora al sector del mobiliario y la arquitectura interior.

Zenit 3.0 no es solo una superficie. Es una **nueva forma de entender el diseño: duradero, sensorial, responsable y profundamente inspirador**.

Descúbrelo en alvic.com



ALVIC

El espacio invitaba a un viaje interior, creando una atmósfera reconfortante e íntima, con un enfoque sostenible, en la que destacaba la profusión de materiales como madera, piedra, metal y textiles, combinados en gamas de verdes y beis, marrones y negros, y grises y dorados. Los novedosos paneles acústicos aportaron confort y decoración. El mobiliario, con formas curvas y asientos confortables, junto a originales luminarias, recreó tres atmósferas evocadoras: una casa de campo, un club social sofisticado y un comedor privado de estilo étnico con un mural de sabana.

En proyecto colaboraron ARTE, LAMINAM, DEVA by QUIDE, ORAC, HARMONY, MUSEUM SURFACES, MAINZU CERÁMICA, HISENSE, JACOB DELAFON, JOMOO BY ANDEMEN, ID DOMÓTICA, MANGLAR SPACES, y ARBOLANDE.

PREMIO DEL PÚBLICO AL ESPACIO MÁS VOTADO: ESPACIO “ESSENCE & HARMONY KITCHEN”

Esta sofisticada y acogedora cocina palaciega de corte neoclásico diseñada por BEATRIZ SILVEIRA y el ESTUDIO DE COCINAS SIXTY PRO, conquistó a los visitantes. Verdes claros, dorados envejecidos y tonos neutros se fundían la madera de roble natural y las piezas de mármol (que necesitaron once personas para su colocación) de la encimera y la mesa con base dorada. Taburetes altos, un sofá de diseño y sillas de comedor tapizadas recibían a los comensales. Los módulos de cocina se completaron con puertas escamoteables y electrodomésticos de última generación; paneles de metal -efecto envejecido- para vestir la campana y la trasera de la cocina de gas, clásica y lujosa; frescos con motivos naturales en el techo, cortinas de lino verde, una inmensa lámpara italiana de anticuario, y el suelo artesanal de piedra

Campaspero, recrearon una cocina lujosa con el plus de los sistemas domóticos que ofrecían el mejor ambiente según el momento del día o la situación social.

Formaron parte del proyecto SIXTYPRO, ELECTRODOMÉSTICOS SIEMENS, MUEBLES ÉBANO, OFFICINE GULLO, CUPA STONE, COSTA ESTE, y GIRA.

2º Espacio más votado por el Público: el Espacio “Toujours à Madrid”

La firma de cocinas SCHMIDT también deslumbró al público, en su primera incursión en CASA DECOR. El arquitecto e interiorista JEAN PORSCHE diseñó una cocina, comedor y sala de estar conectados con un popurrí colorista de materiales de alta calidad. En la cocina, destacaba una versátil isla triangular con encimera de piedra blanca y puertas lacadas en burdeos, en contraste con el verde inglés del resto del mobiliario.

El reducido comedor se vistió con paneles lacados en burdeos, y un papel pintado y exclusivo que revestía el techo. Lámparas de fibra natural y una mesa redonda de madera suavizaban la composición. El frescor del amarillo en los revestimientos murales invitaba a pasar a una alegre zona de estar con mobiliario teatral, mientras que el techo decorado y los paneles del mobiliario recordaban al visitante que se seguía en espacio de inspiración francesa.

Formaron parte del proyecto SCHMIDT, KÜPPERSBUSCH, COSENTINO, NAIS, ARTE, ORAC, BLANCO, REAL FÁBRICA DE CRISTALES DE LA GRANJA, VISTA ALEGRE, ARCOS, y ECOBEL

3º Espacio más votado por el Público: Espacio “This is not a Kitchen”



Espacio Sixtypro por Beatriz Silveira
Foto Nacho: Uribesalazar



Cocina Schmidt por Jean Porsche
Foto Nacho: Uribesalazar



Dormitorio infantil por diego guillen
Foto: Asier Rua



Cocina Hisense Estudio Alegria
Foto: Amador Toril

La visión arquitectónica y escultural de LÓPEZ Y TENA ARQUITECTOS materializó una selecta y funcional cocina para GRUPO COECO, concebida para vivir de forma relajada; un diseño que se llevó el tercer premio del público.

Utilizando piedra natural, madera noble y acabados metalizados se proyectó una zona de trabajo oculta en un sofisticado mobiliario de cocina de madera de nogal y puertas encastrables revestidas con acero inoxidable, que integraba soluciones de almacenaje optimizadas, iluminación LED, grifería semiprofesional y electrodomésticos de alta gama.

La imponente isla cincelada en piedra de Calacatta se extendía por el suelo, hasta topar con otro pavimento de madera que acogía un apetecible rincón ambientado con butacas, chimenea y una zona de bar. Y entre otros elementos, una estudiada iluminación creaba suaves reflejos cálidos y modelaba la estudiada geometría presente en esta cocina de diseño único.

Participaron GRUPO COECO, GÓMEZ GRAU, ELECTRODOMÉSTICOS SIEMENS, BLANCO, CARL HANSEN & SON, JUNG, HÄFELE, y FELIPAO

MÁS ALLÁ DE LOS GALARDONES

Aunque los premios reconocen la excelencia y la innovación, cada edición de CASA DECOR alberga propuestas que, por su originalidad y el cuidado de su concepto, merecen una mención especial. Por ello, en estas páginas de DISEÑANDO Interiorismo destacamos las siguientes

propuestas: ALVIC: Innovación y Sostenibilidad en Tres Espacios de CASA DECOR

ALVIC, líder en paneles sostenibles para decoración de interiores, demostró su versatilidad y vanguardia al estar presente en tres destacados espacios de CASA DECOR 2025, integrando con maestría sus innovadoras superficies, reconocidas por sus acabados en brillo y mate, tacto sedoso, propiedades antibacterianas y resistencia a huellas.

En el Dormitorio infantil "Rompecabezas" de Diego Guillén Ligori, los paneles de ALVIC se lucieron en armarios y mobiliario versátil, contribuyendo a un espacio juvenil que fomentaba el desarrollo infantil.

Para el Club "The GreenHouse Club" de IMPAR CAPITAL, ALVIC revistió el elegante mueble de salón con chimenea, imitando madera texturizada y aportando sofisticación a este gentlemen's club renovado.

Finalmente, en la cocina "Hisense Forward" del ESTUDIO ALEGRÍA, los paneles de ALVIC en superficies mate gris claro con efecto metalizado vistieron las puertas escamoteables del mobiliario, permitiendo la integración perfecta de los electrodomésticos de alta gama de HISENSE en una propuesta que fusiona tecnología y arte.

La presencia de ALVIC en estos tres ambientes subrayó su capacidad para ofrecer soluciones decorativas de alta calidad, estéticas y funcionales, adaptándose a diferentes estilos y necesidades del diseño contemporáneo.



Baño Roca por Andreu Carulla
Foto: Lupe Clemente



Salon Natuzzi Italia por Galen Sobrini
Foto: Amador Toril

Espacio Roca – Conceptual «Tempus»

ANDREU CARULLA STUDIO y la firma ROCA recrearon un espacio onírico que invitaba al visitante a pausar su ritmo y encontrar la serenidad necesaria para conectar con el tiempo presente en un espacio aparentemente inacabado, con paredes desnudas y repleto de escombros provenientes del derribo del falso techo de la estancia original, dispuestos desde el techo al suelo de forma ordenada, creando un trampantojo atractivo y práctico, ya que algunos fueron cortados y reconvertidos en luminarias suspendidas del techo. El sonido de gotas de agua, vegetación enraizada y un pasillo de andamios que flotaba sobre un suelo inundado, sirvieron para ambientar la presentación de una bañera minimalista y moderna que reposaba sobre el agua. Así, se anticipó la presentación de una nueva gama mate de sanitarios, expuestos en un pequeño y sinuoso rincón revestido de piedra, cuya finalidad no era destacar sus cualidades estéticas, sino demostrar su idoneidad para baños de dimensiones reducidas, la realidad cotidiana que impera en muchos hogares del siglo XXI.

En el espacio de ROCA colaboraron XTONE, Y HELENA RUBINSTEIN

Espacio Natuzzi Italia – Salón «Palazzo de Bruna»

Las integrantes del estudio GALÁN SOBRINI ARQUITECTOS recrearon para NATUZZI ITALIA, un interiorismo inspirado en una joven ficticia, aristócrata de la Belle Époque que exhibe sus piezas de arte y recuerdos de viajes, en un elegante salón con chimenea y un mostrador de coctelería con encimera de piedra. Ambas piezas compartían un elegante revestimiento de madera de raíz curvada en acabado brillante aportando cohesión a un salón diseñado para celebrar distinguidas reuniones sociales.

Diferentes asientos invitaban al esparcimiento, destacando el sofá blanco modular de formas orgánicas, una butaca de diseño y dos taburetes altos. El suelo de travertino natural, dispuesto en una cuadrícula con orientación diagonal, añadía fluidez visual al conjunto. En el techo, una moldura con forma de estrella y una llamativa lámpara capturaban la atención, mientras que discretas luminarias ambientaban obras de arte y revestimientos murales de alta gama. Discretas estanterías, textiles de alta calidad, y vegetación puntual contribuían a recrear un escenario digno de una gran aventurera romántica.

En este espacio, colaboraron con NATUZZI ITALIA, BANG & OLUFSEN, CUPA STONE, ARKOSLIGHT, COSTA ESTE, y ORAC.

EN RESUMEN...

CASA DECOR 2025 confirmó una tendencia imparable a nivel nacional e internacional: el diseño de interiores ya no se conforma con ser estético o funcional, sino que busca contar historias, provocar emociones y conectar con valores profundos. Estableció un diálogo abierto a la reutilización de materiales y productos, a la sostenibilidad en los procesos de construcción y fabricación del sector, a la maestría artesanal y a la innovación tecnológica.

Gracias a este interiorismo narrativo, se plantearon relatos personales o ficticios con un punto emocional o simbólico (el alma, el agua, la conexión con el tiempo presente, el regreso a lo natural, la paz interior...). Estos se acompañaron de una escenografía que, no obstante, recreó para el visitante opciones de interior reproducibles en sus hogares o en espacios públicos.

Junto a esta voluntad de narrar, se percibió la apuesta decidida por la artesanía contemporánea, entendida como una forma de innovación desde el oficio. La intervención de artesanos, en colaboración con interioristas o como autores directos de mobiliario, revestimientos o iluminación, fue notable, demostrando cómo la tradición puede adquirir nuevas lecturas técnicas, estéticas y funcionales. Así, técnicas como la marquetería de paja, la impresión 3D con vocación escultórica o el uso de morteros modelados a mano convivieron con cerámicas volumétricas, tejidos hechos a medida o madera trabajada con la minuciosidad del taller.

Por otra parte, se consolidó una conciencia creciente hacia el origen de los materiales, su impacto ambiental y su huella emocional. Se recurrió a materias primas naturales o recicladas (piedra, madera, celulosa, arcilla, textiles rústicos) con tratamientos que respetaron su carácter táctil y visual, reivindicando una belleza más o menos pulida, pero siempre con un significado profundo. Esta sensibilidad se trasladó también a soluciones tecnológicas avanzadas (concebidas para el bienestar térmico y acústico, el uso eficiente de la iluminación según situaciones y momentos del día, y motorizaciones inteligentes), que redujeron consumos eléctricos, mejoraron la calidad

del aire y promueven la sostenibilidad sin renunciar al confort.

Materiales como la madera natural, la piedra sinterizada, la cerámica artesanal, la arcilla, el microcemento o los textiles naturales marcaron una clara tendencia hacia lo orgánico, lo duradero y lo sensorial. La conciencia medioambiental estuvo muy presente, no solo en el discurso, sino en las decisiones técnicas y estéticas: elección de proveedores locales, uso de materiales reciclados o reciclables, piezas de larga vida útil y soluciones constructivas responsables.

A nivel estético, se observaron tres grandes líneas: una elegancia sobria que mezclaba tonos neutros con piezas escultóricas; un lenguaje más evocador, donde texturas y curvas orgánicas definieron el ambiente; y un aire nostálgico reinterpretado, con guiños de épocas pasadas más clásicas, siempre desde una mirada contemporánea.

En cuanto a la paleta cromática, dominó la gama de los tonos neutros y terrosos: blancos cálidos, beige, arcillas, grises piedra y verdes oliva crearon ambientes envolventes y serenos. Sin embargo, el burdeos y el verde inglés fueron pareja indiscutible en varios diseños. A ellos se sumaron matices cobrizos, ocre y terracotas, con acentos en un burdeos profundo que aportó sofisticación y densidad visual. Tonos empolvados, pinceladas de negro y acabados metálicos en dorado o latón viejo completaron un cromatismo refinado y sobrio.

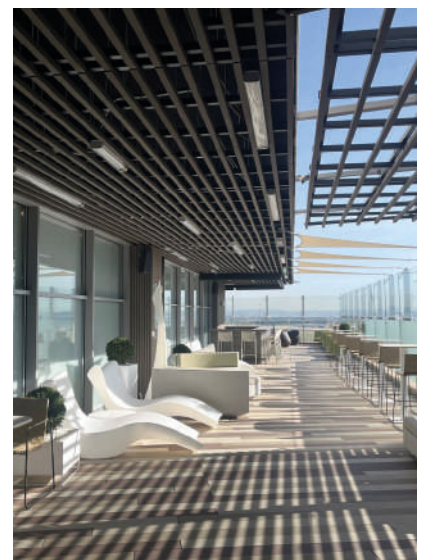
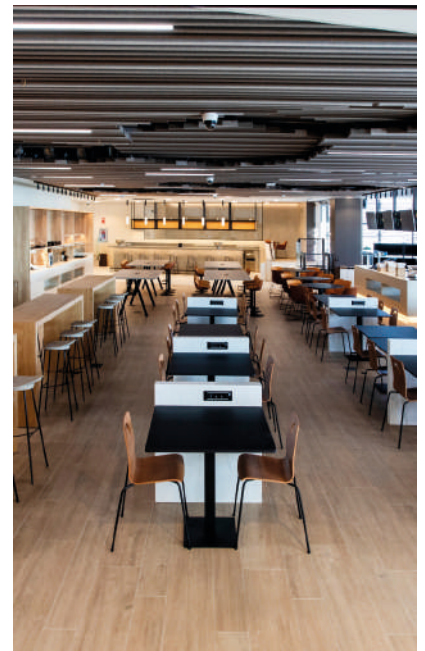
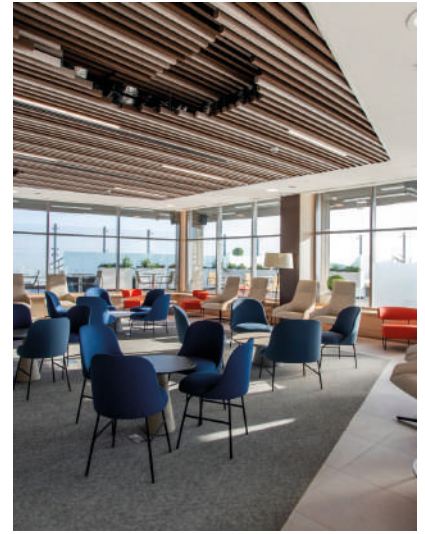
También la iluminación fue parte clave del lenguaje espacial: focos direccionables, luminarias escultóricas, perfiles LED ocultos y lámparas artesanales potenciaron atmósferas íntimas y teatrales. La luz ya no fue solo un recurso técnico, sino una herramienta emocional que moldeó volúmenes, materiales y recorridos.

En definitiva, CASA DECOR 2025 demostró que el interiorismo español vive un momento de madurez creativa, donde el equilibrio entre emoción, materia y función no es una meta, sino un punto de partida para diseñar espacios más conscientes, habitables y memorables. #



Foto: Nacho: Uribesalazar

PROYECTOS



SALA VIP “CIBELES” DE LA T1 MADRID BARAJAS, EFEBEARQUITECTURA

efebearquitectura+

El proyecto trata de articular una solución de diseño atemporal, que busca un equilibrio

entre la estética elegante y exclusiva esperable en una sala vip y la funcionalidad y adaptabilidad necesarias en un aeropuerto. Para ello se han generado una serie de ambientes acogedores y confortables que responden a las necesidades programáticas presentadas en el pliego a la vez que ofrecen al pasajero una experiencia diferente en un aeropuerto. En este contexto, los acabados y el mobiliario se han diseñado siguiendo geometrías claras y líneas rectas y seleccionando materiales nobles y actuales, bajo criterios de durabilidad comprobada y fácil mantenimiento y limpieza. En cuanto a la distribución, se han separado claramente las zonas de servicio y núcleos de aseo del resto de estancias con el fin de independizar los flujos de servicio y pasajeros, a la vez que se mantiene la máxima fluidez espacial entre los usos principales. Para ello se plantean una serie de recorridos principales claramente identificables que organizan los diferentes ambientes. Éstos ambientes se definen por un lado mediante la iluminación y los materiales de acuerdo a su uso y por otro a través de particiones y separadores lo más permeables posibles, bien mediante mamparas de vidrio o celosías metálicas. Además, la distribución de los espacios se ha planteado teniendo en cuenta condicionantes de superficie, ruido, luz y vistas conforme a la función de los mismos.

Estudio: Efebearquitectura

www.fbarquitectura.com

917 253 838



SEDE CENTRAL DE INTERFA, BARCELONA, DENYS VON AREND

El estudio Denys von Arend ha realizado el proyecto integral y llave en mano de la nueva sede central de Interfat, empresa familiar especializada en aceites naturales

Denys & von Arend
Interior design - Barcelona



y derivados oleo-químicos. Ubicada en el emblemático edificio L'Illa Diagonal de Barcelona, la oficina de 500 m² representa un cambio de paradigma en la forma de concebir el espacio de trabajo. Inspirado en la química y naturaleza del aceite, el concepto “la emulsión perfecta” articula el diseño, combinando interiorismo, funcionalidad, confort acústico y luz natural. El espacio se organiza mediante cápsulas envolventes que evocan frascos de aceites esenciales y estructuran los distintos usos con fluidez y armonía. El recorrido comienza en una recepción presidida por un olivo, símbolo de la esencia de Interfat, junto a un mostrador azul corporativo y una zona de espera con vegetación. Destaca un mueble divisor con hornacina que separa sin cerrar, permitiendo el paso de luz y vistas, reforzando el concepto de transparencia. El diseño refleja los valores de la marca —bienestar, sostenibilidad, conexión y claridad— y proyecta una imagen contemporánea alineada con su identidad. Con este proyecto, Denys von Arend reafirma su capacidad para transformar los valores corporativos en espacios funcionales e inspiradores.

Estudio: **DENYS & VON AREND**

www.denysvonarend.com

934 879 850



[Reportaje]

TENDENCIAS EN SOFÁS

AIRES DE LIBERTAD



Foto: Temasdos



Para gustos, los sofás. Y nunca mejor dicho, porque esta pieza fundamental del mobiliario, hace ya tiempo que perdió su tradicional compostura, para convertirse en una pieza tan versátil como camaleónica. Por eso, en 2025, los sofás rompen todos los moldes conocidos, para adaptarse a los nuevos tiempos, sin menoscabo de su exclusividad o indudable presencia. Comienza una nueva era con aires de libertad, que favorece la coexistencia de sofás opulentos y elegantes, con otros más livianos e irreverentes. Piezas maxi con sofás mini o modulares; materiales lujosos con otros sostenibles, colores vivos y neutros; o técnicas de fabricación artesanal con aplicaciones tecnológicas.

En este reportaje exploramos algunos de los modelos que ya están dando una vuelta de tuerca al mobiliario contemporáneo. Y lo hacemos a través de las valoraciones que nos han ofrecido algunas de las marcas especialistas en sofás como son LIVING DIVANI, NATUZZI, ROCHE BOBOIS, POLIFORM, SANCAL, BD BARCELONA, KAVE HOME, TEMASDOS, FAMA SOFÁS, TC COLLECTION, CASADESÚS, ASCENSIÓN LATORRE, REYES ORDÓÑEZ. Por favor, tome asiento en su sofá favorito, y siga leyendo.



Foto: Living Divani

En lo que a propuestas se refiere, el sofá es una fuente inagotable que se abre a las necesidades de la vida contemporánea. Por eso, en 2025, destacan los diseños modulares y personalizables, que se adaptan a distintos espacios y necesidades. Los materiales ecológicos, como telas recicladas y espumas de origen natural, ganan protagonismo, al igual que los colores cálidos y tonos tierra para recrear ambientes acogedores. En cuanto a formas, conviven líneas curvas que refuerzan la sensación de confort y modernidad, con líneas y formas geométricas que juegan con los volúmenes aportando frescura y dinamismo. En cuanto a tamaño, todo vale: desde sofás tan minis como minimalistas, hasta piezas de diseño inusual que pueden llegar a medir quince metros de largo. La novedad son los sofás inteligentes y ergonómicos. Por eso, hemos preguntado a las firmas de sofás, si se guían por las tendencias o, más bien, aplican sus propios criterios para desarrollar nuevos modelos.

“Las tendencias en el sector del diseño y la innovación de los sofás evolucionan continuamente -responde Francesca Sanvito, desde el departamento Marketing and Communication de LIVING DIVANI-, adaptándose a los cambios, las preferencias de los consumidores, las exigencias de sostenibilidad y las nuevas tecnologías. LIVING DIVANI, desde su creación en 1969, permanece fiel a su ADN y desarrolla muebles tapizados que se destacan por la armonía en las proporciones, la atención al detalle y un sabor de lujo discreto. En un proceso creativo y productivo gradual, se ha creado una oferta variada, desde sistemas de tapizados tanto para interiores como para exteriores, hasta colecciones de camas y complementos para crear diferentes ambientes, desde el más esencial y riguroso hasta el más ecléctico y decorativo”.

La firma NATUZZI ITALIA afirma: “seguimos una filosofía de diseño que combina la artesanía italiana con la innovación tecnológica. Para nosotros el diseño es muy importante pero nuestro mayor objetivo es ofrecer confort y bienestar a nuestros clientes. Esto se ve reflejado en nuestra colección Comfortness, que viene de confort y wellness, en la cual hay investigación y tecnología para poder ofrecerlo.

Actualmente, nuestras colecciones exploran diseños de líneas orgánicas y formas envolventes que evocan la comodidad y la sofisticación. En cuanto a colores, predominan los tonos tierra, neutros y colores inspirados en la naturaleza y nuestra tierra, Apulia, que aportan calidez y armonía a los espacios. En materiales, destacamos el uso de piel de alta calidad, tejidos sostenibles y microfibras innovadoras. Como novedad propia, hemos incorporado tecnologías de confort inteligente en nuestros sofás, con sistemas de relax motorizados, asientos ajustables y opciones de conectividad, asegurando una experiencia de bienestar total”.

Gregory Dias Monreal, Head of trends and Visual merchandising de ROCHE BOBOIS destaca el acento innovador de la firma francesa: “ROCHE BOBOIS es un referente mundial en la creación de tendencias en cuanto a estilos, tamaños, materiales y acabados. En términos de innovación, siempre buscamos aportar novedades, como lo hicimos hace 10 años con el modelo Bubble, donde desarrollamos un tejido elástico bidireccional capaz de recubrir la forma del sofá sin generar arrugas ni pliegues textiles”.

Josep Boix, Ceo de ZENTRUM BARCELONA, responde como embajador de la firma italiana POLIFORM: “Actualmente, nuestras colecciones de sofás se orientan hacia formas más curvas y orgánicas, buscando una estética que sea tanto atractiva como atemporal. Priorizamos líneas suaves que evocan comodidad y armonía visual. En cuanto a la paleta cromática, predominan los tonos mediterráneos y cálidos, enriquecidos con acentos de colores intensos como verdes y tejas. Un aspecto diferencial en nuestra propuesta es que cada sofá cuenta con la firma de un diseñador industrial, lo que garantiza un valor añadido y un enfoque innovador en cada pieza”.

Celia Victoria, responsable de comunicación e imagen de SANCAL, afirma: “No seguimos tendencias, sino que diseñamos productos que creemos pueden aportar algo único al mercado, priorizando el confort, la estética atemporal y la calidad, sin dejar de lado la creatividad. En cuanto a estilos y formas, apostamos por líneas suaves y envolventes que

NATUZZI ITALIA



Andrea Steidl

Descubre el proyecto Mirai,
diseñado con Andrea Steidl.

archiproducts
AWARDS
WINNER



ELLE
DECO
BEST
OF 2024



reddot winner 2025
furniture design

BARCELONA | BILBAO | MADRID
MARBELLA | VALENCIA

favorecen la comodidad, con sofás modulares y multifuncionales que se adaptan a diferentes espacios. Ofrecemos tanto opciones amplias para espacios abiertos como soluciones más compactas para entornos reducidos.

Las líneas rectas y las curvas mantienen una conversación constante en nuestros diseños. Mientras que las líneas rectas aportan estabilidad y orden, las curvas ofrecen una dimensión más dinámica, juguetona y, a menudo, transgresora, lo que refleja nuestra pasión por explorar y divertirnos con cada diseño. Por otra parte, -continúa, Celia Victoria- también buscamos constantemente nuevas formas de sentada, explorando diferentes enfoques formales. Ejemplos de esto son las colecciones Loop y Link, diseñadas por Raw Color, que utilizan el cilindro como elemento formal que inspira sus siluetas, creando un equilibrio entre comodidad y un diseño que sorprende". Además, SANCAL explora tanto los colores vibrantes, "como una amplia gama de tonalidades y sus matices. Esto se refleja en nuestras colecciones textiles, que son igualmente diversas en términos de composiciones y muestras de color. Hemos incorporado tejidos sostenibles de tejedurías de gran prestigio y colaboramos con proveedores que comparten nuestra filosofía de responsabilidad medioambiental. Lo que buscamos es crear piezas que trasciendan las modas y tendencias pasajeras, transmitiendo emociones a través del diseño: Nuestros productos están diseñados para perdurar y emocionar, para envejecer con dignidad", finaliza.

Según Isabel Aguilar e Ismael Gallego, los directores de TEMADOS, "aunque el mundo es demasiado grande como para hablar de una sola tendencia, sin duda alguna, las formas orgánicas y redondeadas están en pleno auge en el mundo de la tapicería. En TEMADOS nos hemos sumado desde hace unos años a esta tendencia, pero siempre acercándonos a ella con nuestra propia personalidad. El objetivo principal en

TEMADOS desde hace algunos años es ofrecer al público 'el básico perfecto' en sofás, lo que en moda se conoce como 'un fondo de armario'. Se trata de algo perdurable que brinda confianza, seguridad y belleza". Y por ello, sus diseños ofrecen un estilo atemporal: "Nos hemos alejado del sofá estridente y de la decoración que se impone por encima de las personas. También nos hemos alejado de ese diseño tan minimalista que asusta, de esos productos que dan miedo usar, por temor a descolocarlos, saltar sobre ellos, invitar a amigos... Queremos que el sofá esté al servicio de las personas y no sea un producto tan delicado que dificulte la convivencia. El diseño debe ser resistente, y estar orientado hacia el beneficio del ser humano". Además de reivindicar "la durabilidad como sostenibilidad", los CEO de TEMADOS comentan como tendencia: "(...) los sofás claros y en tonos cálidos, beige, blanco roto... Tras superar una época de predominancia del gris, el color blanco está ganando terreno de manera firme; sin embargo, la practicidad se impone para muchos clientes, que terminan sustituyéndolo por el beige. Por otro lado, el tejido bouclé, tanto en sus variantes de nudos más marcados como el 'mini bouclé', es una tendencia que se está expandiendo rápidamente gracias a las redes sociales y revistas de interiorismo, invadiendo el mercado actual".

"En Fama siempre hemos seguido nuestro propio camino en el diseño y desarrollo de productos -explica Cristina López, desde el departamento de marketing-, intentando no ceñirnos a tendencias impuestas por el mercado o la competencia. Nuestro enfoque se basa en la evolución natural de la marca, lo que en ocasiones nos ha llevado a adelantarnos a las tendencias sin darnos cuenta, sacando diseños o estampados que en su momento parecían arriesgados, pero que con el tiempo se han convertido en referencia. Por ejemplo, en nuestra última colección, hemos lanzado una serie de tejidos estampados con algunas obras gráficas del diseñador español Javier Mariscal". En cuanto a las últimas colecciones,

Foto: Natuzzi





Foto: Roche Bobois

destaca la apuesta de FAMA “por nuevas tipologías de sofás y sillones innovadores, que ofrezcan algo diferente a todo lo que hay en el mercado, dando solución a problemáticas con las que se encuentran los usuarios en su día a día. Trabajamos con líneas de diseño que apuestan por formas envolventes y ergonómicas. Seguimos desarrollando sofás modulares que permiten una gran flexibilidad en su configuración, adaptándose a cualquier espacio y necesidad”.

“TC COLLECTION es fiel al estilo mediterráneo y a los procesos de producción artesanos -explica su directora, Elisa Calatayud-; sofás a medida, en lino lavado 100% desenfundables y atemporales. Desde TC COLLECTION apostamos por el valor de los materiales exclusivos que el mercado nos brinda para crear sofás de calidad para toda la vida, en líneas atemporales y sutiles detalles. Si TC COLLECTION fuese una tendencia actual sería ‘lujo silencioso’”.

Carolina Rojas, directora de comunicación y marketing de BD BARCELONA, hace referencia a las últimas incorporaciones de su catálogo. “Por un lado tenemos el Masheb, se trata de un sofá diseñado por Arquitectura-G. Es un sofá modular, idóneo para salas de espera y zonas estar sentados, que permite otras opciones a las convencionales ya que se puede hacer más grande o pequeño según necesidades. También permite combinar una serie de cojines funcionales permitiendo diferentes opciones, como que una persona pueda estirarse, sentarse o incluso apoyar su ordenador. Entonces, Masheb está pensado para funcionar por sí solo o en conjunto, de más pequeño a más grande”.

Además, apunta: “Si hay un concepto que destaco de los sofás de BD es ‘playful’, como se dice en inglés, es decir, que te permite jugar y hacer composiciones que generan otras

dinámicas”. Un buen ejemplo “The Pillow Sofa”, sofá diseñado por Muller Van Severen en colaboración con la firma de moda holandesa KASSL Editions. “BD ha empezado a fabricarlo desde el año pasado, y como editora hemos mejorado las prestaciones del sofá reduciendo los costes, y permitiendo que sea aún más versátil que el sofá convencional, más pesado e inmóvil. Sin embargo, Pillow te permite ampliarlo a todas las plazas que requiera el espacio, y también hacer diferentes configuraciones porque es modular (...)”. Este “sofá de diseño para resistir el trote”, como define Rojas, admite diferentes tapizados, desde un elegante cuero, a una pana sufrida, “lo que permite crear diferentes versiones con millones de posibilidades, tanto para espacios elegantes como juveniles. A nivel formal es un sofá muy contemporáneo e innovador, y de tendencia por el hecho de que el reposabrazos y el respaldo bajo tienen la misma altura”, apostilla Carolina Rojas. Por último, señala el modelo Sausage, diseñado por Willo Perron, por su impacto visual y versatilidad: “El Sausage es un modelo muy versátil y desde luego especial, que se ha solicitado para diferentes espacios y diferentes usos, tanto colectivos como individuales. También permite hacer diferentes configuraciones, ya que la salchicha se puede poner de diferentes formas, cuenta con diferentes tejidos y se ofrece en dos medidas: 11 y 15 metros. Es un sofá con mucho protagonismo en cualquier espacio.

La modularidad es también una característica que destaca Marian Casadesús, directora de ventas de CASADESÚS, apuntando que sus colecciones de sofás “siguen una línea de diseño contemporáneo, con énfasis en la elegancia y funcionalidad. Se combinan formas rectilíneas y sencillas con detalles que aportan carácter, como los vivos que contornean los cojines y las hendiduras en los brazos y respaldos. El uso de materiales como madera, hierro tubular pintado, y



Foto: Poliform

espuma de poliuretano de diversas densidades garantizan durabilidad y confort. Los colores suelen ser sobrios y sofisticados, con tejidos que varían entre telas, piel o imitaciones de la misma, siempre en tonos neutros o cálidos que facilitan su integración en diversos espacios. Una de las grandes innovaciones de CasaDesús -prosigue su directora de ventas- es la flexibilidad en el diseño modular de sus sofás, como el sistema Alchemy Blok, que permite crear combinaciones únicas adaptadas a distintos tipos de espacios, desde grandes estancias hasta apartamentos más pequeños. Además, la marca mantiene un equilibrio perfecto entre la tecnología y la artesanía, lo que resulta en piezas de mobiliario tanto funcionales como estéticamente destacadas”.

Guillermo Torrent, director creativo de ASCENSIÓN LATORRE, reivindica: “En Latorre somos muy eclécticos y nos encantan estéticas muy diversas, dentro del mercado del lujo. Actualmente tenemos 4 colecciones con 4 catálogos independientes: Latorre Outdoor, con un estilo casual, donde más que un sofá típico de exterior, diseñamos un sofá de estética de interior para ser usado en el exterior con las condiciones climáticas más extremas. Latorre Classic Atelier, donde permanecen nuestras colecciones más tradicionales, con nuestras típicas ‘tachuelas’, reinterpretando diseños clásicos pero adaptados al mundo de hoy. Predominan los terciopelos, sobre todo en tonos verdes... Latorre Contemporary Atelier, donde trabajamos materiales nobles como el latón, los terciopelos, los bouclés y las maderas más bonitas como nogal americano o roble. Tejidos en tonos crudos, marfiles, verdes y terracota. Formas orgánicas y también algunos diseños más lineales. Y Latorre Pau Atelier, de estilo Casual con sofás de estética desestructurada, con tejidos de fibras naturales como la lana, el algodón, el lino y el yute. Los tonos son tostados, beige, colores tierra y color visón”, termina el señor Torrent.

Por su parte, María José Tumini, diseñadora de REYES ORDÓÑEZ, presenta las dos líneas de sofás que desarrollan, muy diferentes entre sí: “Por un lado, tenemos la línea de sofás de hogar, en donde tenemos muy en cuenta las necesidades del

mercado español, con mucha influencia estética del mercado norte europeo e italiano. Aquí es donde fusionamos los estilos minimalistas de líneas suaves y orgánicas adaptándolos a los requerimientos y necesidades de los hogares de aquí. En donde la optimización del espacio y la funcionalidad del sofá es igual de importante que su estética. Por otro lado, hacemos proyectos ‘a medida’ siguiendo las directrices del interiorista o arquitecto, cuando este necesita algo muy especial y único, ya sea para un espacio de hogar o también un espacio público, como por ejemplo el hall de un hotel. Entonces nuestro departamento de diseño y desarrollo se pone en marcha para cumplir los requerimientos específicos del cliente y hacer realidad su proyecto”. No obstante, ambas líneas comparten tendencias, como explica la diseñadora: “En ambos casos hay una clara tendencia de colores claros y luminosos, y volúmenes redondeados y amables. Pero en el hogar las medidas suelen ser más reducidas y priman los sofás con mecanismos relax o deslizantes, y en los espacios públicos o casas más grandes los sofás suelen ser fijos, sin mecanismos y con medidas más amplias”.

Desde la firma TM LEADER CONTRACT, afirman: “siempre intentamos caminar de la mano de las tendencias actuales. Esto se puede ver en las últimas colecciones que siguen los estilos neotecnic design, y softmodern. Adaptamos estas formas, pero llevadas al campo del mundo contract en cuestiones de durabilidad y volúmenes contenidos, que aguanten el paso del tiempo. A la vez, es en los acabados y paletas de colores donde establecemos un hilo argumental muy particular y colorista, el cual es nuestro sello”.

Nuevos conceptos

Un tema de actualidad en el mundo del interiorismo y la decoración es la influencia en el diseño y procesos de fabricación de las nuevas tecnologías, y la irrupción de nuevos materiales que, a su vez, integran criterios artesanales, de reciclabilidad o sostenibilidad. Por ello, hemos pedido a las firmas consultadas, **¿cuál es su percepción sobre esta nueva realidad?**



25 reyes ordoñez®
aniversario 2000—2025



Foto: Sancal

Según Francesca Sanvito (LIVING DIVANI), “hoy, la innovación tecnológica y el uso de nuevos materiales parecen chocar con los criterios de sostenibilidad. En realidad, estos dos aspectos pueden coexistir. El desafío es encontrar un equilibrio entre el uso de nuevas tecnologías y la atención a la artesanía y los detalles. LIVING DIVANI se orienta hacia un diseño que utiliza procesos tecnológicos avanzados, creando productos y soluciones que, a través de diferentes acabados y materiales, reflejan un gusto heterogéneo. Una mezcla armoniosa, indiscutiblemente italiana y al mismo tiempo internacional. La empresa también lleva a cabo un trabajo intenso de investigación y selección de los materiales y revestimientos a utilizar, con una mirada puesta en la innovación, y establece asociaciones sinérgicas con sus colaboradores a lo largo de toda la cadena de producción”.

Para NATUZZI ITALIA, “las nuevas tecnologías y materiales juegan un papel crucial en la evolución del diseño de sofás. En Natuzzi, integramos procesos avanzados de producción con un enfoque en la eficiencia y la sostenibilidad. Por ejemplo, utilizamos rellenos o poliuretanos ecológicos de alta densidad, estructuras de madera certificada FSC y tapizados reciclables. Sin embargo -prosigue la explicación-, seguimos apostando por el trabajo artesanal, especialmente en el tratamiento de la piel y la tapicería. Buscamos un equilibrio entre innovación y tradición, garantizando un producto que cumpla con los estándares más altos de calidad y sostenibilidad”.

Y como experto en tendencias, Gregory Dias (ROCHE BOBOIS) comenta: “La sostenibilidad es un criterio clave en nuestro diseño desde hace años. Hoy en día, la creación de nuevos modelos debe considerar el impacto ambiental y la elección de materiales sostenibles. Por ello, utilizamos maderas con certificación FSC y espumas reciclables que cumplen con las normativas vigentes. Además, el año pasado introdujimos una innovación en nuestro sofá SET UP: cuando

llega al final de su vida útil, todos sus materiales pueden separarse correctamente para facilitar su reciclaje. En lugar de una estructura de madera, empleamos una carcasa metálica reciclable”.

Gracias a su contacto directo con marcas como POLIFORM, JOQUER o MDF ITALIA, Josep Boix (ZENTRUM BARCELONA), asegura: “el diseño y la fabricación de sofás hoy en día están profundamente marcados por la búsqueda de la sostenibilidad. Se prioriza la calidad y la durabilidad, considerando no solo el proceso de producción, sino también la posibilidad de reciclaje al final de la vida útil del producto. Los tejidos actuales son más ricos y resistentes en comparación con los de años anteriores, lo que refleja un equilibrio entre la innovación tecnológica y el compromiso ambiental”.

Por su lado, Celia Victoria ofrece una visión experta, ya que SANCAL colabora con proyectos tecnológicos y de diseño, promovidos por diferentes marcas o eventos: “La integración de nuevas tecnologías y materiales es fundamental en nuestro proceso de diseño (por ejemplo, para crear plantillas / planos que facilitan la producción), ya que nos permite optimizar soluciones técnicas y procesos industriales, como el corte del tejido. Sin embargo, la fabricación sigue estando profundamente definida por el trabajo manual, una tradición que se mantiene viva en nuestro taller. Nuestros 19.000 m² de fábrica son, en realidad, un atelier sobredimensionado, donde el equipo de cosido y tapiceros siguen desarrollando un trabajo muy artesanal”, apunta. Y a continuación expone las ventajas de realizar una producción nacional, y contar con certificaciones: “La fabricación local en España nos permite mantener un control de calidad exhaustivo, garantizando que cada pieza, por pequeña que sea, se realice con el máximo cuidado y atención al detalle. Nuestros productos están pensados para ser reparados o desmontados, extendiendo así su vida útil. Además, son sometidos a ensayos de resistencia y durabilidad en un laboratorio independiente -reitera-. Los

proyectos actuales requieren certificaciones cada vez más exigentes. Por ello, disponemos de ensayos externos de estabilidad, una garantía de 10 años, certificaciones de calidad ISO 9001, sostenibilidad ISO 14001 e Indoor Advantage Gold. También apostamos por materiales “upcycled”, como plásticos posconsumo transformado en textiles, reforzando nuestro compromiso con un diseño responsable”.

Carolina Rojas (BD BARCELONA), aclara el siguiente punto: “Nosotros somos una editora de objetos, pero también nos dedicamos a la parte de la producción. Entonces, aunque nosotros no tenemos fábrica, sí hacemos la última parte en el proceso: el montaje. Y para ello tenemos un equipo multidisciplinar formado por ingenieros, arquitectos, diseñadores e interioristas; y desarrollamos las ideas de los diseñadores, gestionando la producción del producto, toda la cadena, hasta que llega al cliente final”. Dicho equipo se complementa con otro de i+D, cuya misión es “explorar todas las posibilidades (tejidos, rellenos...), desarrollar toda la parte de simplificación y sintetizar toda la parte estructural. Y en este caso, en términos sostenibles podemos decir que mientras que un sofá convencional está compuesto en el interior de diferentes materiales que habría que descomponer para reciclar, nuestro equipo ha sintetizado tanto el producto que las piezas se pueden separar y se pueden reciclar. Igualmente, la calidad final de los productos de BD es tan alta, que el producto envejece bien, y tiene una larga vida útil”, un criterio igualmente sostenible.

Muy comprometidos con la protección medioambiental, Isabel Aguilar e Ismael Gallego (TEMASDOS) introducen la siguiente reflexión: “La sostenibilidad no es un concepto exclusivo de la artesanía. La industria puede ser, y de hecho es, sostenible. Un ejemplo es la optimización del patronaje, que permite utilizar menos tela a través de medios infor-

máticos. Esta metodología ahorra miles de metros de tela al año, lo que se traduce en un menor consumo y menos desperdicio. En TEMASDOS producimos un sofá cuyo 80% de sus componentes, incluidos los textiles y la goma, son reciclados. Eso es posible gracias a la tecnología. Para ello, contamos con una de las empresas de goma más avanzadas de Europa, cuya fábrica se encuentra en Italia y cumple con las normativas medioambientales más avanzadas del contexto actual. La tecnología-argumentan-, cuando se sitúa en el país de producción adecuado, brinda una garantía de sostenibilidad. Ocurre todo lo contrario cuando se sitúa en países donde no existen garantías medioambientales ni de derechos de los trabajadores”.

También rompen una lanza en favor de la artesanía: “(...) perpetúa un oficio. Si pensamos que cualquiera puede hacer un sofá, nos equivocaremos. Debemos estar orgullosos de que, en nuestra ciudad, en nuestro país, haya personas que preserven y perpetúen la capacidad de crear un sofá partiendo de espuma y tela, de tejer textiles o de trabajar la madera. La manufactura, si se observa con ojos de niño, es algo asombroso. La tradición consiste en compartir los secretos de un oficio; en este caso, es compartir la maestría de la tapicería: no hay dos sofás exactamente idénticos. Aunque el patrón nazca de una máquina, incluso alguien que no entienda de tapicería, podría diferenciar entre un sofá bien ejecutado con unas costuras impecables, y otro de una calidad mediocre hecho de manera apresurada”.

Según Cristina López (FAMA SOFÁS): “Para nosotros, el desarrollo en tecnología ha sido clave, ya que nos ha permitido ser una empresa competitiva a pesar de la complejidad de nuestra fabricación tan personalizada. De esta forma estamos fabricando en serie productos totalmente personalizados. Todos nuestros sofás están diseñados y fabricados



Foto: BD Barcelona

al 100% en nuestra factoría de Yecla (Murcia). Todo nuestro proceso de producción está certificado en la ISO 9001 por AENOR-IQNET, desde 1998. Esto garantiza que todos los procesos están controlados y auditados. Todas las materias primas son de primera calidad y cumplen con los más altos estándares de calidad". Este fabricante declara su preocupación medioambiental, pero también de las personas, utilizando materiales libres de sustancias químicas, "sustancias que comúnmente se encuentran en materiales como tejidos, la cola, la espuma de los asientos o los tableros -declara-. Desde Fama realizamos mejoras cada día para reducir nuestro impacto en el medioambiente. Un dato importante es que desde hace unos años disponemos del Certificado de Residuo Cero de AENOR, habiendo conseguido que el 99,985% de los residuos generados en la empresa hayan tenido una segunda vida útil, evitando que fuesen a un vertedero". Por ello, Cristina López asegura: "Al final, un sofá que te acompaña durante mucho tiempo es la opción más ecológica. Como curiosidad, hemos desarrollado un sistema constructivo para nuestros sofás, que permiten sustituir las piezas del sofá que normalmente se estropean antes, y sustituirlas por recambios, como haríamos con las ruedas de los coches. De esta forma podemos multiplicar la vida media de forma casi infinita".

Elisa Calatayud (TC COLLECTION) destaca sus procesos de producción: "son artesanales, sostenibles, reciclables y libres de sufrimiento animal. Es nuestro sello de identidad y trabajamos cada día por dar valor y velar por los procesos de producción tradicionales que dan lugar a piezas únicas".

Mientras que Marian Casadesús (CASADESÚS), asegura que "la integración de nuevas tecnologías y materiales innovadores juega un papel crucial en la mejora de la funcionalidad

y confort de nuestros productos. Por ejemplo, la utilización de espumas de alta resiliencia y fibras sintéticas garantiza una mayor durabilidad y un confort prolongado en el tiempo, además de ofrecer un diseño más ligero y versátil. A la par, mantenemos una fuerte apuesta por la tradición artesanal, lo que se refleja en la atención al detalle, la manufactura impecable de nuestros productos y la personalización de cada pieza. La sostenibilidad es también un factor importante en nuestra filosofía, con el uso de materiales reciclables como el acero y el poliéster reciclado en algunos de nuestros productos. A través de estos enfoques, buscamos un equilibrio entre la modernidad y el respeto por el medio ambiente, sin comprometer la calidad y el diseño", puntualiza.

Igualmente, Guillermo Torrent (LATORRE) pone en valor la capacidad de autogestión en la producción de sofás: "Si queremos integrar materiales nuevos, tenemos que saber que van a condicionar mucho nuestros diseños y en esa línea apostamos fuerte por la sostenibilidad en Ascensión Latorre. Somos casi autosuficientes en consumo energético y utilizamos subproductos de consumo para la alimentación como la pluma, contaminando lo mínimo. Además, aparecen nuevas chapas flexibles, tableros de pet, etcétera, que también utilizamos en nuestras colecciones. En Latorre somos muy conscientes de esto y trabajamos, además, con proveedores de cercanía en la medida de lo posible".

María José Tumini (REYES ORDÓÑEZ) aboga por la convivencia entre tecnología y artesanía: "Las nuevas tecnologías influyen muchísimo en esta industria, desde el momento de la creación del diseño ya está la tecnología presente, con programas informáticos cada vez más avanzados, hasta en el propio producto con incorporación de domótica o nuevos

Foto: Fama Sofás



We
love
sofas



moradillo.com

**MORA
DILLO**[®]
PREMIUMSOFASTORE

Nuestras tiendas

Barcelona • Bilbao • Durango • Las Palmas • Madrid • Palma de Mallorca • Sabadell • Tenerife • Valladolid • Zamora • Andorra



Foto: TC Collection

materiales. Incluso en la fase de comunicación del producto. Ahora nuestro equipo de diseño está empezando a familiarizarse con la IA, sobre todo para fases creativas y de comunicación. Pero lo que es realmente la fase de tapizado se sigue haciendo de forma muy artesanal, no podemos dejar de formar y especializar tapiceros jóvenes si queremos cuidar el futuro del sector. Y ahí hay un reto importante ya que cada vez cuesta más reclutar talento joven en este ámbito”.

Por último, TM LEADER puntualiza: “las nuevas tecnologías y materiales pueden plantear una revolución en el mundo del diseño, pero muchas veces comprometen a la empresa en cuestiones de daño medioambiental. Por otro lado, los materiales reciclables y procesos más artesanales apuestan por reducir el impacto negativo en el planeta. Nosotros pensamos que la clave del diseño actual radica en garantizar un equilibrio y tradición. Así creamos productos que se apoyan en ambas variantes, según los criterios de cada diseño”. Por ello, cuentan con materiales y procesos alineados con la tecnología actual, y sellos medioambientales que certifican materiales, acabados y procesos de bajo impacto. “Nuestro objetivo más claro es apostar por la durabilidad de los productos, ya que sabemos que un diseño que aguante el tiempo será un diseño que tarde menos en ser desechado y pueda cumplir con ambos requisitos”.

Múltiples diseños modulares

En la arquitectura de interiores, se vislumbra cierta polarización que, por supuesto, influye en las nuevas colecciones de sofás. Por un lado, se crean espacios abiertos y amplios, que requieren maxi sofás, de apariencia lujosa y contundente; y, por otro, están los minipisos, que requieren sofás funcionales, modulares y flexibles. **¿Cuáles son los productos estrella de su catálogo para cubrir ambas demandas?**

“En un contexto de globalización, LIVING DIVANI -explica Francesca Sanvito- desarrolla un diseño que satisface y

respeto todas las culturas y que se enfrenta directamente a los cambios en los paisajes sociales y tecnológicos. El diseño como proyecto para enfrentar las dinámicas de un mercado en constante evolución a través de múltiples productos modulares que van desde el sofá Extrasoft, un éxito de ventas desde 2008, hasta la familia Floyd-Hi que también se vuelve modular, al sistema Greene, una presencia elegante que marca el espacio en la sucesión de respaldos curvilíneos, todos diseñados por Piero Lissoni, hasta la reciente introducción del sofá Lorentz, de David Lopez Quincoces”.

En NATUZZI ITALIA también tienen en cuenta esta nueva realidad: “Para espacios amplios y abiertos tenemos modelos el Timeless, Memoria, Mindful, Campus, entre otros. Para espacios reducidos, apostamos por sofás modulares y versátiles como los modelos Iago, Eufolia o Melpot”, apunta María de la Gárgara.

“Nuestro catálogo es muy amplio -explica el director de tendencias de ROCHE BOBOIS-, y todos nuestros modelos están disponibles en diversas dimensiones para adaptarse a los distintos espacios y proyectos de nuestros clientes. Entre nuestros best-sellers destacamos el sofá Mah Jong, diseñado por Hans Hopfer en 1971 y aún hoy nuestro modelo más vendido a nivel mundial. Se trata de un sofá modular que permite múltiples configuraciones, desde diseños en simple o doble altura hasta combinaciones personalizadas según las necesidades del cliente”. Gregory Dias nombra otra pieza icónica de la firma: “el sofá Bubble, diseñado por Sacha Latic en 2015. Este año celebramos su décimo aniversario con una colaboración especial que será presentada en el Salone del Mobile de Milán 2025”.

En el caso de POLIFORM, Josep Boix (ZENTRUM) explica: “Para responder a estas dos corrientes del interiorismo, destacamos con una colección de tapicería y complementos

que lidera el mercado con modelos como Saint Germain, Westside y Ernest, que es el más nuevo de la colección. Todos ellos se posicionan como referentes, ya que ofrecen soluciones tanto para espacios abiertos y amplios, donde los maxi sofás son protagonistas, como para entornos urbanos más reducidos, donde la funcionalidad y la modularidad son esenciales”.

La capacidad de adaptación es clave en SANCAL: “Las soluciones modulares y flexibles permiten personalizar el diseño según las necesidades del usuario, asegurando funcionalidad y estilo sin comprometer la comodidad. Este tipo de productos se adapta fácilmente a diferentes espacios y contextos, demostrando que el mobiliario no tiene por qué condicionar la distribución, sino que encontrar nuevas soluciones espaciales puede ser una oportunidad para crear entornos más versátiles y dinámicos”. A continuación, Celia Victoria, su responsable de comunicación, apunta: “Para espacios abiertos y amplios o minipisos, nuestros programas modulares permiten crear composiciones generosas o piezas más compactas. Un gran ejemplo de esto es Duo, disponible en versiones Mini o Maxi, con diferentes fondos diseñados específicamente para adaptarse tanto a espacios amplios como reducidos. Pero también hay piezas más compactas que pueden funcionar como elementos únicos en espacios pequeños o bien combinarse con otros diseños para generar configuraciones más amplias. Vibe o Core serían un ejemplo de ello”. Además, “en el ámbito de contract, destacamos el programa Next Stop, que se ajusta a las necesidades de este tipo de proyectos”, finaliza.

Carolina Rojas vuelve a reivindicar la versatilidad de los sofás más contemporáneos de BD BARCELONA: “Todos nuestros sofás, además del Sausage y el Pillow, destacan por ser tendencia, ofrecer gran amplitud y ser muy versátiles. Se pueden disponer en formato isla, permitiendo que haya un recorrido diferente a través del sofá y unos usos diferentes a que si lo tienes que poner contra una pared”.

TEMASDOS es más reivindicativa: “Más que una tendencia, podríamos decir que son realidades sociales: el metro cuadrado de la vivienda en España es un lujo al alcance de muy pocos. Los gastos de producción que conlleva un mobiliario como el nuestro, que se realiza en gran parte a mano y cuenta con las garantías que ofrece la producción en Europa, nunca puede alinearse con el concepto de low-cost. En nuestro caso, somos conscientes de que no podemos ser los más baratos del mercado, y tampoco es nuestro deseo. Nuestro producto se asemeja mucho a la artesanía, y la artesanía requiere tiempo y el tiempo tiene un precio -aseguran-”.

Nuestro prototipo de consumidor es muy diverso, pero no pretende ser masivo. Esta diversidad se debe a que hemos decidido centrar nuestro enfoque en la personalización, a diferencia de la estandarización propia de las grandes cadenas y los productos de importación. Prácticamente todas nuestras colecciones son modulares, y las posibilidades de personalización son amplias. En algunas de ellas, casi podemos afirmar que puedes configurar un sofá a medida. Todos esos factores implican un proceso de atención personalizada, desde la toma del pedido, pasando por la fabricación y culminando en el servicio post venta. Por esta razón, una misma colección puede adaptarse tanto a un apartamento diminuto como a un salón de grandes dimensiones”.

Como conclusión final, Isabel Aguilar e Ismael Gallego aseguran que, “al final, son las dimensiones, el número de módulos y el rango de precios de la tapicería elegida lo que va a determinar el precio final, por lo que nuestra firma puede satisfacer tanto la demanda del cliente que se acaba de mudar a un pequeño apartamento como la del que está familiarizado con el mundo del lujo y quiere amueblar una vivienda de gran tamaño”.

Sobre el catálogo de FAMA SOFÁS, Cristina López manifiesta: “Nos encanta diseñar soluciones que se adapten a los diferentes estilos de vida. En nuestro catálogo hay opciones para todo tipo de hogares, desde los más espaciosos hasta los pisos



Foto: Casa Desús

más pequeños donde cada centímetro cuenta. Para espacios reducidos, hemos desarrollado una serie de modelos que denominamos "You&Me", un concepto entre sillón grande y sofá pequeño, perfecto para aprovechar el espacio sin renunciar a la comodidad.

Otra buena opción sería Paradis, un extraíble que permite pasar de un fondo de 99 cm a 160 cm, convirtiéndose en un gran chaise longue cuando lo necesitas, aprovechando al máximo el espacio. Para los que buscan sofás grandes para espacios amplios, las mejores opciones serían Oasis, Teseo o Pacific, modelos con asientos generosos y opciones de chaise longue, con diseños elegantes, pero sin renunciar a la comodidad. Gracias a nuestra variedad de modelos y la posibilidad de personalizarlos, tenemos el sofá perfecto para cada hogar", afirma con rotundidad.

Precisamente, la personalización es uno de los puntos fuertes de TC COLLECTION: "Al confeccionar todos nuestros sofás bajo pedido y controlar todos los procesos de fabricación tenemos la capacidad de adaptarlos a las necesidades de los hogares o proyectos -explica su directora Elisa Calatayud-, pudiendo convertir un sofá tanto en un maxi-sofá como en un sofá para un piso de pocos metros. Del mismo modo, contamos con gran variedad de modelos desde más clásicos como nuestros modelos LOIR y ROMA, más frescos como Provenza o Olivia o modulares como sofá Modular Barcelona. Nuestro sofá estrella es el sofá Provenza; un sofá fresco, atemporal, con sentada tipo cojín y respaldo alto, en tejido de lino 100%".

CASADESÚS, como describe su directora de ventas, contempla todas las opciones: "Para los espacios amplios, nuestra colección Bogart se presenta como una opción ideal. Su diseño elegante y majestuoso, combinado con la posibilidad de crear grandes composiciones, la convierte en la opción

perfecta para proyectos de interiorismo que buscan sofás imponentes y sofisticados. Además, Bogart cuenta con una doble chaise longue, que otorga una mayor adaptabilidad a espacios amplios.

En cuanto a los productos funcionales y modulares para espacios más reducidos, la colección Alchemy / Alchemy Blok destaca por su versatilidad. Gracias a su diseño modular y su sistema de asientos individuales o continuos, permite adaptarse a diferentes configuraciones y tamaños de habitaciones, asegurando flexibilidad sin sacrificar estilo ni confort".

La posibilidad de hacer un sofá exclusivo a medida, es la apuesta de ASCENSIÓN LATORRE: "Nuestra colección es muy ecléctica. Nuestros diseños van desde estéticas orgánicas hasta los más racionales de líneas rectas y contundentes. Actualmente hay una variedad muy grande de estilos en el mercado y Latorre se adapta a ellos, creando modelos tanto en un sentido puramente estético como en otro mucho más habitable, buscando el confort. En ese sentido y respondiendo a vuestra pregunta, en Ascensión Latorre fabricamos nuestros modelos, desde que entra el tablón de madera hasta que sale el mueble embalado de nuestros almacenes, pasando por la fase de tapizado, barnizado y costura. Por lo que podemos adaptarnos a los diseños de nuestros clientes, cambiando medidas en nuestras colecciones y tamaños, profundidades y estéticas. Incluso diseñando los modelos que nuestros clientes quieren", finaliza Guillermo Torrent.

Yendo un paso más allá, la firma REYES ORDÓÑEZ no solo mira por el espacio, sino por la practicidad del sofá en sí mismo: "Nosotros tenemos la convicción de que existe un sofá perfecto para cada hogar, y es por eso tenemos un catálogo amplio en este aspecto, más de 30 modelos de sofás, más de 20 sillones relax y otras tantas butaquitas fijas. Y cada modelo tiene muchísimas combinaciones que te permiten

Foto: Ascensión Latorre



ARTESANÍA

A fuego lento en el mediterráneo



TC
COLLECTION

hacer una configuración muy a medida de tus necesidades. En nuestro catálogo tenemos desde maxi sofás, hasta modelos modulares de aspecto súper joven. Sofás con mecanismos deslizantes, y también sofás con mecanismos relax de poco fondo para un público más adulto. Y la verdad es que cada uno tiene su público y su nicho de mercado.

Igual pasa con las telas, en dónde siempre aconsejamos no solo seguir las tendencias que vemos en las revistas o en redes, sino también pensar en nuestro tipo de familia, en si tenemos niños, mascotas, etc. Aquí también podemos encontrar dos tendencias muy marcadas, por un lado, los tejidos con fibras naturales, y por otro lado, tejidos de PU con tratamientos anti manchas en donde la practicidad en el mantenimiento del sofá es lo que prima”, aconseja María José Tumini.

Sin duda, cuando se piensa en un sofá para uso diario, priman aquellos detalles que aportan bienestar y comodidad. Pero hoy día, este criterio resulta algo más extenso que hace unos años, porque también se incluyen términos como ergonomía, tecnologías integradas, modularidad, almacenamiento, tejidos inteligentes... ¿Cómo se equilibran funcionalidad y diseño en esta pieza de mobiliario fundamental para cualquier proyecto de interiorismo?

“En un proceso de constante diálogo entre la fase creativa y la de realización, LIVING DIVANI siempre busca conciliar funcionalidad y diseño – responde Francesca Sanvito-. Se presta gran atención al desarrollo de muebles tapizados y complementos que sean estéticamente bellos, pero que también satisfagan la necesidad de comodidad, practicidad y ergonomía. Este equilibrio se logra gracias a la cuidadosa selección de los diseñadores con quienes colaborar, a los

materiales y tejidos escogidos, a la discreta integración de la tecnología, y a través de un meticuloso trabajo de investigación que Carola Bestetti, CEO de LIVING DIVANI desde 2002, lleva a cabo con pasión y entusiasmo junto a Piero Lissoni, Director Artístico desde 1988, quien, a través de su inconfundible estilo de diseño, orquesta el estilo único de la marca”.

Un enfoque similar es el de NATUZZI ITALIA: “Desde hace más de 65 años, perseguimos y reinventamos el confort en todas sus formas y funciones. Ahora vamos un paso más allá en la investigación, siendo pioneros de una nueva filosofía: COMFORTNESS, la fusión de confort y bienestar, para mejorar la vida de las personas. Una nueva filosofía, pero también una nueva forma de entender el bienestar, no solo desde una perspectiva física, sino también visual y mental. Creemos que el verdadero lujo radica en la capacidad de proporcionar una relajación hecha a medida, gracias a nuestros productos con la tecnología postural más innovadora, que puede mejorar significativamente la vida cotidiana de las personas”.

Según Gregory Dias: “En ROCHE BOBOIS no trabajamos con stock; cada producto se fabrica bajo pedido, lo que permite personalizar medidas, confort y revestimientos según las necesidades del cliente y los requisitos de interioristas y decoradores en sus proyectos. Disponemos de una amplia colección de tejidos propios y también podemos tapizar cualquier sofá con telas de editores o incluso con tejidos proporcionados por el cliente.

En nuestro catálogo colaboramos con editores de moda como Missoni, Kenzo Takada, Jean Paul Gaultier, entre otros. En tres palabras -reitera el director de tendencias-, nuestros

Foto: Reyes Ordoñez





Foto: Roche Bobois

valores fundamentales son innovación, creatividad y calidad, teniendo en cuenta que el confort (ergonomía) es siempre el pilar fundamental de nuestra creatividad”.

Desde su experiencia con Poliform, MDF ITALIA o JOQUER, Josep Boix declara: “En ZENTRUM, logramos el equilibrio entre diseño y funcionalidad priorizando aspectos fundamentales como la comodidad, la modularidad y la calidad de los tejidos. El diseño es nuestra base, pero siempre acompañado de una ergonomía que garantice el bienestar del cliente. Nuestros sofás ofrecen diferentes alturas de cojín de respaldo y la opción de incluir reposacabezas, manteniendo la coherencia estética sin sacrificar la comodidad. Además, los tejidos que seleccionamos son claves para definir el moodboard de cada proyecto de interiorismo”.

La suma de confort y estética es algo primordial para SANCAL: “En cuanto al bienestar y la comodidad, actualmente se busca un equilibrio entre confort, funcionalidad y estética. Por eso, para nosotros es fundamental diseñar piezas que no solo sean cómodas, sino también visualmente atractivas y versátiles, adaptándose a diferentes necesidades y estilos de interiorismo”, comenta Celia Victoria; y prosigue: “Hoy en día, la modularidad, la adaptabilidad y la selección de materiales juegan un papel clave en la creación de mobiliario que responde a las exigencias del interiorismo contemporáneo. Nuestra apuesta es explorar estos elementos para ofrecer soluciones que equilibren funcionalidad y diseño sin renunciar al carácter único de cada pieza”.

En cuanto a BD BARCELONA, su respuesta difiere al resto: “En el caso de los sofás, nosotros trabajamos mucho el producto en repetición porque últimamente hemos trabajado para muchos proyectos de gran escala y, al final, adaptamos los productos de BD a diferentes necesidades. Lo que hacemos -aclara Carolina Rojas- es adecuarlo a las diferentes

necesidades y requisitos que demanda el profesional, a través de un equipo que hace todo este trabajo de adaptación del producto”.

Más reflexivos son los CEOs de TEMASDOS, en su respuesta: “Por regla general el interiorista prefiere incluir sofás fijos en sus proyectos, excluyendo modelos con mecanismos relax o confort. Los sofás relax deben cumplir unos requisitos de grosores y anchos para ocultar la maquinaria que los mueve, por lo que suelen parecer más voluminosos, desproporcionados y menos atractivos.

Podemos decir que los interioristas y decoradores rechazan cualquier funcionalidad, por ergonómica que sea, si no viene acompañada por una estética. Mas allá de la estética e incluso de la comodidad, lo realmente importante es la manera en la que el cliente utiliza e interactúa con el sofá y la estancia que le rodea (...). Por último, reivindican: “Los interioristas suelen diseñar los espacios para fomentar la interacción entre las personas y reflejar la personalidad del cliente”.

“La comodidad es un pilar fundamental en el diseño de nuestros sofás -comenta Cristina López (FAMA SOFÁS)-. Pensamos que la clave está en primar la comodidad y la funcionalidad, sin renunciar al diseño. La mayoría de lo que nos encontramos en el mercado son sofás muy cómodos para sentarse, pero horribles en el diseño, y sofás con un diseño excepcional, pero en los que la comodidad no se ha tenido en cuenta, y pensamos que esto es un gravísimo error. Por ello, nos llama la atención que en muchos proyectos de interiorismo todavía se siga priorizando el diseño por encima del confort, cuando hablamos de piezas que están pensadas para disfrutar en el día a día”.

Igualmente, Elisa Calatayud explica: “Cuando interioristas, arquitectos o decoradores acuden a TC COLLECTION lo



Foto: Natuzzi

hacen buscando una premisa clara: garantía de calidad sin renunciar a diseño. Además, cuentan con la opción de personalizar la pieza y adaptarla al proyecto al 100%, y ahí ya las prioridades varían según clientes”.

El equilibrio entre diseño y funcionalidad también es imprescindible en los sofás de CASADESÚS: “La ergonomía y el confort son siempre prioritarios. Nos aseguramos de que nuestros sofás proporcionen una experiencia de asiento placentera gracias al uso de espumas de alta densidad y cojines rellenos de pluma de pato esterilizada, que aportan suavidad y comodidad. Además, ofrecemos una amplia gama de tejidos que se adaptan a diferentes estilos y necesidades, con opciones que incluyen diversas texturas, colores y categorías de gama, permitiendo que los interioristas puedan elegir la mejor opción para cada proyecto. (...) Nuestros sofás no solo están pensados para ofrecer una estética sofisticada, sino también para ser prácticos y duraderos, utilizando materiales de alta calidad y detallados acabados artesanales que garantizan un excelente rendimiento a lo largo del tiempo”, asegura Marian Casadesús.

De forma análoga, responde Guillermo Torrent (LATORRE) explicando que sus clientes “prescriptores, interioristas y otros profesionales de la decoración, buscan la excelencia, insistiendo en la ergonomía y la belleza. Los tejidos cobran más que nunca una importancia en las decoraciones, incluyendo nuestros sofás, por supuesto”.

En cambio, por experiencia propia, María José Tumini (REYES ORDÓÑEZ) deja claro: “Los interioristas suelen demandar sofás en donde la estética sea la adecuada para su proyecto, dando por hecho de que la parte ergonómica y funcional está ya estudiada y solucionada. Así mismo con las tecnologías integradas, que siempre son ocultas para no entorpecer visualmente el diseño”. Y, añade: “Todos nuestros sofás, sean del estilo que sean, son sofás cómodos, que invitan a la relajación y al disfrute por parte del usuario. Por

eso, los interioristas sólo tienen que elegir el sofá en base al diseño del proyecto, y las telas aquí cumplen una función importantísima: las texturas y colores que utilicen en ese sofá y los complementos, como cojines o pufs refuerzan esa parte comunicativa del diseño. Lo que quiero decir es que un mismo sofá puede cambiar radicalmente si se elige en una tela u otra”.

Asesoramiento profesional, soluciones personalizadas

Todas las firmas consultadas colaboran estrechamente con decoradores profesionales y arquitectos de interiores, ayudándoles a crear, adaptar o personalizar sus modelos de sofás a sus diseños. Una relación que requiere de conocimientos y un trato exquisito. Pero, **¿en qué consiste dicho asesoramiento y cuáles son sus ventajas?**

Francesca Sanvito nos lo narra desde Italia: “LIVING DIVANI dialoga constantemente con arquitectos y profesionales del sector para apoyarles en la elección y definición de productos tanto en contextos residenciales como en proyectos contractuales, donde la calidad, el rendimiento técnico y las posibilidades de personalización hacen que la empresa ya esté presente a nivel mundial en diversos ámbitos, desde oficinas hasta bancos, aeropuertos, hoteles, museos y el sector náutico. El servicio de consultoría y la atención a los diseñadores de interiores son fundamentales para proporcionar las mejores soluciones en cada ocasión, garantizando un resultado estético, funcional y duradero en el tiempo. Los medios impresos y digitales, la organización de visitas dirigidas a la sede central y al showroom monomarca LIVING DIVANI Gallery, las actividades dirigidas a estudios de arquitectura y la disponibilidad de laboratorios de materiales donde se pueden tocar los materiales y elegir las telas y pieles del catálogo, permiten un diálogo continuo y constante entre las partes. Este proceso es fundamental para descubrir, conocer y apreciar los productos de la colección LIVING DIVANI, fruto del perfecto equilibrio entre

FraJumar

FURNITURE AND UPHOLSTERY MANUFACTURER SINCE 1967



DOZE sofa, LOTU armchair, LUNA table

innovación tecnológica, capacidad artesanal, producción industrial y experiencia manual”.

Desde la representación de NATUZZI ITALIA en España comentan: “Ofrecemos un servicio exclusivo de asesoramiento personalizado. Nuestro equipo acompaña a los profesionales en la selección de piezas, materiales y configuraciones que mejor se adapten a sus proyectos. Además, contamos con Floorplanner como herramienta digital de visualización 3D y realidad aumentada, permitiendo a los diseñadores visualizar los sofás en los espacios antes de tomar decisiones definitivas. Este servicio aporta un valor diferencial y facilita la personalización de cada proyecto”.

Gregory Dias, Head of trends and Visual merchandising de ROCHE BOBOIS, se despide asegurando que la mayoría de sus vendedores “son decoradores de formación. Todas nuestras tiendas cuentan con personal formado para ofrecer asesoramiento en diseño y crear proyectos en 3D, permitiendo a los clientes visualizar el resultado final y ofrecer un servicio de calidad. Este servicio de asesoramiento está incluido en el precio de nuestros productos, sin coste adicional”.

ZENTRUM BARCELONA reúne a prestigiosas firmas de sofás como es POLIFORM. Por tanto, Josep Boix afirma: “El asesoramiento personalizado es un pilar fundamental de nuestro servicio. Colaboramos estrechamente con interioristas y decoradores, proporcionando planos detallados, plantillas en CAD y muestras de tejidos directamente en sus despachos. Este acompañamiento integral nos permite entender y satisfacer las necesidades de manera personalizada, ofreciendo soluciones adaptadas a cada proyecto”.

“SANCAL no solo diseña mobiliario, sino piezas con alma propia -afirma Celia Victoria-. Nuestra colección de sillas, butacas, sofás y mesas aporta carácter, identidad y un sello inconfundible a cualquier proyecto. Más allá de su funcionalidad, cada diseño cuenta una historia, genera atmósferas memorables y eleva el concepto de cada espacio con un toque diferenciador. Acompañamos a los profesionales desde la fase conceptual, ofreciendo asesoramiento en la selección de piezas, acabados y configuraciones para que cada elección refleje la esencia del proyecto y responda a sus necesidades funcionales. En proyectos de gran escala, nuestro apoyo puede suponer un importante ahorro de tiempo, proporcionando renders, listados de materiales y presupuestos detallados”. Y finaliza exponiendo sus opciones de asesoramiento: “Facilitamos la toma de decisiones con showrooms emblemáticos en Madrid y Barcelona, así como una presencia global a través de nuestra red de distribución, donde los profesionales pueden acceder a muestras físicas. En el ámbito digital, SANCAL está a la vanguardia: somos una de las pocas marcas con su catálogo completo en pCon Planner. Además, contamos con un configurador online en sancal.com y ofrecemos archivos descargables en Revit y 3DS, compatibles con SketchUp. Con un equipo altamente comprometido, brindamos a los profesionales del interiorismo el respaldo necesario para materializar su visión con confianza y creatividad”.

Y aunque reconoce que no es muy conocido fuera del sector profesional, Carolina Rojas, directora de comunicación y marketing de BD BARCELONA apunta: “Nosotros tenemos un servicio aparte, propio de BD, y que no hemos potenciado mucho aún, aunque en el mundo de la arquitectura y los

Foto: Ascesión Latorre





Foto: Reyes Ordoñez

profesionales, sí se conoce: un servicio de asesoramiento, tanto de diseño como de industrialización, que ponemos a disposición para llevar a cabo las ideas de los propios arquitectos. Es decir, si un arquitecto viene con la necesidad de hacer un sofá para un proyecto, nosotros le ayudamos con el diseño y le ayudamos a industrializarlo y fabricarlo también. Le ayudamos incluso en la posventa. Es un servicio bastante flexible porque el profesional puede elegir en qué fase quiere nuestra ayuda, y nuestro equipo le ayuda a materializar lo que tiene en su cabeza. También hacemos diseños ad hoc para arquitectos e interioristas”.

En este reportaje, también llamamos a la puerta del departamento de prensa de KAVE HOME, que nos respondió a las dos últimas cuestiones, la del servicio de asesoramiento una de ellas: “Nuestro foco siempre es el cliente, por lo que nos adaptamos a sus necesidades y tiempos. Por ello, contamos con asesoramiento online, que facilita mucho la toma de contacto, que se puede complementar con el presencial de nuestros expertos diseñadores, con diferentes formatos en función del tamaño de los espacios, gustos personales y planos e imágenes trabajadas. Recibimos cientos de proyectos diariamente tanto en oficinas centrales, a través de la web kavehome.com, como en las tiendas, ajustados a un presupuesto dado por el cliente. Es un servicio que nos ayuda mucho a conocer las necesidades concretas de cada proyecto”.

Mirando hacia adelante, Isabel Aguilar e Ismael Gallego (TE-MASDOS) narran que sus instalaciones “en Albal, Valencia, fueron duramente afectadas por la DANA, pero, afortunadamente, nuestro lugar de encuentro para interioristas y arquitectos de interiores sigue intacto: un showroom de 400 m² en el que exponemos gran parte de nuestras colecciones. Dicho showroom está abierto para profesionales, arquitectos y distribuidores, y allí pueden tocar y probar los sofás,

algo que consideramos extremadamente importante. Siempre estaremos encantados de asesorarles en todo lo relacionado con la estética y el confort. Lo más importante es que pueden descubrir los diferentes tipos de sentada que tienen nuestras colecciones, algo muy difícil de explicar si no es de manera presencial”.

Cristina López (FAMA SOFÁS) también responde de forma proactiva: “Sí, nos encanta colaborar con interioristas y decoradores. Sabemos que elegir el sofá perfecto para un proyecto no es fácil, así que ponemos a su disposición varias herramientas para facilitarles el trabajo: Showrooms en nuestras tiendas Famaliving y distribuidores oficiales, donde pueden probar los modelos, ver los tejidos y recibir asesoramiento personalizado. Un simulador 3D y realidad aumentada, para visualizar cómo quedará el sofá en el espacio antes de tomar una decisión; y opciones de personalización sin límites, con más de 1.000 tapicerías diferentes y múltiples configuraciones. Gracias a este servicio, los interioristas pueden ofrecer a sus clientes productos únicos y adaptados a sus necesidades. Además, para proyectos de mayor envergadura disponemos de una división orientada a Contract, Fama Solutions, a través de la cual desarrollamos proyectos a medida”, concluye.

Elisa Calatayud (TC COLLECTION) enfatiza el hecho de que “TC COLLECTION es una empresa familiar, lo que nos permite ofrecer un servicio cercano y personalizado. El asesoramiento viene de la mano de nuestro equipo de maestros artesanos que asesora y aconseja en cada elección”.

Sobre las ventajas de su asesoramiento, Marian Casadesús (CASADESÚS) entra en detalle: “Sí, en CasaDesús ofrecemos un asesoramiento personalizado a interioristas y decoradores, apoyándolos en la elección de los productos más



Foto: Sancal

adecuados según las necesidades de cada proyecto. Este servicio incluye la posibilidad de mostrarles las colecciones en nuestro showroom, donde pueden experimentar de primera mano los materiales, acabados y combinaciones. Las ventajas de este servicio son claras: no solo ayudamos a los interioristas a visualizar cómo nuestros productos encajarán en sus proyectos, sino que también les damos la posibilidad de personalizar detalles y aseguramos que cada pieza cumpla con los más altos estándares de calidad y diseño”.

Sobre el exigente asesoramiento del equipo de ASCENSIÓN LATORRE, comenta su director creativo, Guillermo Torrent: “Nuestro servicio consiste en asesorar en todo el proceso de diseño a nuestros clientes. Adaptándonos a sus necesidades. Nuestros clientes nos envían un dibujo, muchas veces a mano alzada, y nosotros empezamos a proponer los diseños, teniendo en cuenta la robustez y la puesta en fabricación de éstos. Una vez aprobado el diseño final, enviamos planos y renders y posteriormente empezamos a elaborar su diseño, enviando imágenes de todo el proceso para que nuestros colaboradores sepan en cada momento cómo evoluciona su/nuestro trabajo... consultando cualquier cambio o mejora en dicho proceso”.

REYES ORDÓÑEZ ofrece asesoramiento “a interioristas y decoradores de forma directa o indirecta, a través de tiendas de muebles -explica María José Tumini-. También tenemos en nuestra fábrica de Yecla, Murcia, un pequeño showroom en donde pueden venir a escoger telas, y a probar nuestros sofás, incluso con el cliente final. Además, tenemos el departamento ‘a medida’, en donde nuestros diseñadores dan soluciones personalizadas a proyectos más especiales, como el amueblamiento de hoteles, discotecas, restaurantes, o incluso casas particulares donde el cliente quiere algo muy concreto que no encuentra en el mercado, y necesita un diseño especial y a medida para su hogar”, puntualiza.

El sello de cada firma

En último lugar, preguntamos a los representantes de estas marcas, **¿qué destacarían de sus sofás o de su marca, para que interioristas y diseñadores se decanten por incluir sus modelos en sus proyectos?**

Francesca Sanvito destaca de LIVING DIVANI, “la perfección, la armonía en las proporciones, la atención al detalle y un sabor de lujo discreto son los distintivos que caracterizan a LIVING DIVANI, una empresa familiar desde 1969. El mercado actual, cada vez más diversificado e internacional, busca productos capaces de satisfacer las múltiples necesidades de estilo y requerimientos. Productos y soluciones que, a través de diferentes acabados y materiales, reflejan un gusto heterogéneo. LIVING DIVANI propone modelos capaces de comunicar no solo la calidad y la belleza, que son intrínsecas al Made in Italy, sino también la historia y el lado humano de ‘quienes están detrás de la Empresa y el producto’, para establecer una relación más profunda y auténtica, más allá de la notoriedad de la marca misma”, concluye.

“Lo que distingue a NATUZZI en el sector -apuntan desde España- es nuestra capacidad de fusionar diseño italiano, sostenibilidad y tecnología en cada pieza. Cada sofá es un reflejo de la artesanía y la innovación que nos caracteriza. Hemos participado en prestigiosos proyectos de interiorismo en hoteles boutique, residencias exclusivas y espacios comerciales de lujo. Una de nuestras colaboraciones más destacadas en el último año ha sido con el arquitecto italiano Fabio Novembre, quien ha diseñado una colección inspirada en la naturaleza mediterránea”.

Para Gregory Dias, la excelencia de ROCHE BOBOIS, “radica en que nuestro catálogo ofrece colaboraciones con grandes nombres del diseño (Marcel Wanders, Jean Nouvel, Sacha

Lakic, etc...), pero también con editores de marcas de moda, y somos los únicos a nivel mundial. Para 2025, nuestra próxima gran colaboración se presentará en la Design Week de Milán en abril, y España tendrá un papel protagonista en este evento. Sin embargo, aún debemos esperar para revelar más detalles sobre este proyecto”, finaliza Dias, dejándonos con la miel en los labios, aunque en DISEÑANDO. Interiorismo y Decoración estaremos pendientes del acontecimiento.

Josep Boix, Ceo de ZENTRUM BARCELONA y especialista en POLIFORM destaca: “Nuestra colaboración con algunos de los diseñadores industriales más destacados del sector, como Jean-Marie Massaud y Emmanuel Gallina, es uno de los factores que nos distingue. Además, mantenemos alianzas constantes con profesionales de renombre como Francesc Rifé, Adela Cabré & Son, Jordi Vayreda y Exit Projectes. Recientemente, trabajamos en un proyecto relevante con el despacho de Jordi Vayreda para una empresa farmacéutica en Girona. Con más de diez años de experiencia en Barcelona, Zentrum se ha consolidado gracias a nuestra atención al detalle y un servicio personalizado, reflejado en nuestros cuatro showrooms que suman más de 2.500 m² de exposición, ofreciendo la gama más amplia del sector”.

También con misterio incluido, Celia Victoria se despidió ofreciendo la última respuesta de SANCAL para DISEÑANDO INTERIORISMO: “Las comparaciones siempre son complicadas y preferimos centrarnos en lo que nos gusta, nos emociona y define. Damos libertad creativa a nuestros diseñadores, buscando siempre que exploren nuevas formas y conceptos, yendo un paso más allá de lo convencional. Nos distinguimos por crear piezas que no solo son bellas y cómodas, sino que también cuentan una historia, lo que las convierte en elementos clave dentro de cualquier proyecto de interiorismo. Para 2025, tenemos proyectos emocionantes, incluido el lanzamiento de un nuevo sofá... pero habrá que esperar hasta Milán para descubrirlo”, decreta.

Sobre Carolina Rojas explica: “Lo que ofrece BD es una propuesta contemporánea muy innovadora a nivel formal que responde a unos valores y a una manera de entender los espacios, y de cómo un espacio en sí te identifica y tiene una identidad propia como tal. Entonces, responde a un estilo de vida en el que quieres convivir con piezas que hablan de ti. Son piezas con mucha presencia y mucho carácter”.

De entre su amplia variedad de diseño y estilos, KAVE HOME destaca sus sofás modulares: “permiten adaptarse a las necesidades de espacio sin renunciar al diseño. Además, hemos ampliado las opciones de tapizado incluyendo tejidos naturales en varios tonos: desde los clásicos blanco y beige hasta una gama de colores más vibrantes, para dar ese toque de distinción en los proyectos de interiorismo, que ya cuenta con un total de 16 telas distintas que se pueden aplicar a casi todas las referencias de sofás, sillones, butacas y sillas”.

Isabel Aguilar e Ismael Gallego, directores de TEMASDOS aportan la siguiente respuesta: “Recientemente hemos amueblado las suites familiares del hotel Six Senses de Ibiza. Nos llena de satisfacción haber participado en ese proyecto por lo bonito que es el entorno y el resultado final. Sabemos que cada día más proyectos destinados al mundo del lujo confían en nuestro producto, pero lo que nos hace diferentes es precisamente que seguimos con nuestro propósito de ajustar nuestra relación calidad-precio para no convertirnos en una marca elitista. Queremos que los clientes puedan disfrutar de la calidad que ofrecemos pagando un precio justo”.

Hay otros valores, como apunta Cristina López (FAMA SOFÁS): “Si hay algo que nos define en Fama es nuestra apuesta constante por la innovación. (...). La innovación es parte esencial de nuestra filosofía, y esta orientación nos está empujando a diseñar nuevos productos que ofrecen soluciones inéditas a nivel mundial. No seguimos tendencias, sino que creamos nuestras propias soluciones. Desde sofás modulares



Foto: Poliform

que se adaptan a cualquier espacio hasta modelos con formas envolventes diseñados para maximizar el confort. Siempre apostamos por materiales de calidad que sean respetuosos con el medioambiente y las personas, que garantizan un buen envejecimiento de los productos”, reivindica.

Siendo TC COLLECTION un “atelier artesano de decoración de hogar situado en el mediterráneo”, Elisa Calatayud, declara apostar por “por producto nacional y europeo de primera calidad. Cada pieza refleja el mimo y delicadeza de las manos de nuestro equipo de maestros artesanos. Por otro lado, más allá de nuestro catálogo, ofrecemos la posibilidad de personalizar o fabricar piezas con diseño propio, ofreciendo a los profesionales una fabricación bajo demanda sin pedido mínimo. Una colaboración a destacar son las Villas de Sabina Estates en Ibiza. Un proyecto de lujo, con un equipo internacional de primer nivel y donde se ha tratado cada pieza como una joya en sí misma. Un regalo de proyecto que agradecemos enormemente.

“Lo que distingue a CasaDesús -explica su directora de ventas- es nuestra capacidad para combinar el diseño vanguardista con la artesanía tradicional, lo que nos permite crear productos de alta calidad, confort y estética sin compromiso. Somos una marca local que se ha consolidado por su nivel de calidad y ejecución, comparable a las grandes marcas italianas de alta gama. Esto se debe a nuestra meticulosa atención al detalle, a la selección de materiales premium y a un proceso de fabricación completamente interno, lo que nos permite tener un control exhaustivo sobre la calidad en cada etapa”. Es más, también les permite realizar adaptaciones personalizadas “ajustar con precisión los sofás a las necesidades específicas de cada espacio, garantizando que se integren perfectamente en cualquier proyecto de interiorismo. Esto nos permite ofrecer soluciones únicas, totalmente adaptadas a las exigencias de

nuestros clientes y diseñadores”; entre los cuales se cuentan, “profesionales de renombre en el sector del interiorismo, tanto a nivel nacional como internacional, lo que nos permite seguir ampliando nuestra presencia en proyectos prestigiosos y de alto perfil”, finaliza Marian Casadesús.

“Nuestro fuerte -reivindica Guillermo Torrent, director creativo de ASCENSIÓN LATORRE- es el poder fabricar una pieza única, de la mano del prescriptor y atendiendo a las necesidades de sus clientes finales. Infinidad de pequeños detalles son trabajados con mimo para conseguir un trabajo perfecto y lujoso. Latorre es lujo, belleza y confort. Como dice nuestro clásico slogan: Latorre es el material con el que se forjan los sueños”.

Para María José Tumini, la veteranía es el punto fuerte de REYES ORDÓNEZ: “Creo que nuestros puntos fuertes en comparación con otras empresas es que tenemos una experiencia de 25 años en el sector y contamos con tapiceros artesanos con una gran experiencia. También contamos con departamento de desarrollo, prototipado y fabricación. E incluso, muchas veces, nos hemos ocupado del transporte y montaje para asegurarnos de que todo se quede perfecto dándole al cliente un servicio completo”.

Finalmente, para TM LEADER CONTRACT, la marca “se distingue por una equilibrada combinación de diseño innovador, procesos artesanales de alta calidad con el que nos volcamos en cada uno de nuestros diseños y un compromiso con la sostenibilidad. Trabajamos estrechamente con interioristas, diseñadores y arquitectos para ofrecer piezas que se adapten a todos y cada uno de sus proyectos, con una cartera de producto muy variada y productos de líneas muy estudiadas y cuidadas. Nuestra atención al detalle nos ha convertido en una de las opciones preferidas para proyectos de hoteles y colectividades” #

Foto: BD Barcelona



PORQUE LOS CLIENTES EXIGEN PROYECTOS CADA VEZ MÁS INTEGRALES...



...HEMOS CREADO LAS REVISTAS QUE EL SECTOR NECESITA





FLAMANT HONORÉ: LA NUEVA COLECCIÓN DE LINO DE ARTE PARA TRANSFORMAR LAS PAREDES

La firma belga Arte presenta Flamant Honoré, una nueva colección de revestimientos murales que reinterpreta el lino como material decorativo con una mirada contemporánea. Compuesta por tres diseños —Lin, Terre de Lin y Lin Normandie— y disponible en 128 colores inspirados en la naturaleza, la colección destaca por sus texturas ricas, acabados extra mate y una estética sobria y elegante. Gracias a la combinación de pintura a la cal y tecnología de impresión avanzada, logra un aspecto artesanal auténtico que transforma cualquier espacio. Pensada para interiores residenciales y contract, Flamant Honoré consolida a Arte como referente en lujo sostenible y diseño responsable

ARTE

www.arte-international.com

934 318 400

ART DÉCO: LA NUEVA COLECCIÓN DE LES DOMINOTIERS

Les Dominotiers presenta Art Déco, una colección de papeles pintados panorámicos que reinterpreta el estilo del siglo XX con un enfoque actual. Con motivos icónicos y técnicas innovadoras, combina diseño sofisticado con sostenibilidad, reafirmando su posición en el muralismo de alta gama.

LES DOMINOTIERS

www.dominotiers.com

01 86 65 29 70



VENETA CUCINE PRESENTA LA COLECCIÓN SAKURA:

Veneta Cucine ha lanzado Sakura, una nueva colección de cocinas que refleja una visión de diseño contemporáneo sofisticado, equilibrado y funcional. Inspirada en el estilo Japandi, fusiona la sobriedad y armonía del diseño japonés con la calidez y practicidad escandinava. La colección reinterpreta la clásica puerta con marco mediante un diseño vertical y estilizado que aporta una dimensión arquitectónica. Además, el tirador, discretamente integrado, refuerza la estética limpia y ligera sin sacrificar comodidad ni facilidad de uso.

Veneta Cucine SPA

www.venetacucine.com

935 906 820

SALONI CONSOLIDA SU PRESENCIA GLOBAL CON NUEVA TIENDA EN PARÍS

Saloni, firma líder en revestimientos cerámicos con más de 50 años de trayectoria, ha inaugurado su nueva flagship store en París, un hito clave dentro de su plan de expansión en el canal retail. La tienda, situada en el prestigioso distrito 8 de la capital francesa, en la rue de la Boétie, refuerza el posicionamiento internacional de la marca y su vinculación con el mundo del diseño, la moda y la arquitectura. Este nuevo espacio representa un concepto innovador de tienda que combina experiencia física y digital con un enfoque en la sostenibilidad, la funcionalidad y el diseño contemporáneo. Dirigido tanto a profesionales como a particulares, el establecimiento ha sido concebido para ofrecer un servicio premium, integrando zonas de inspiración, áreas colaborativas y ambientes diseñados para fomentar la creatividad y el diálogo. “Estar presentes en París, una de las capitales mundiales del diseño, nos impulsa a seguir elevando la experiencia de marca. Queremos que esta tienda sea un punto de encuentro para quienes proyectan, crean y transforman espacios”, afirma María José Reviriego, CMO de Saloni.

CERÁMICA SALONI, S.A.U
www.saloni.com
964 343 434



KHAMA ABRE EN MÁLAGA Y PRESENTA SU EXPERIENCIA INMERSIVA DE DESCANSO PERSONALIZADO

La firma española de descanso KHAMA continúa su expansión nacional con la apertura de una nueva tienda en el Centro Comercial Los Patios de Málaga. Este nuevo espacio está diseñado para ofrecer a los clientes la KHAMA Experience, una propuesta sensorial que recrea un dormitorio real y permite probar colchones con distintas firmezas en un entorno privado, cómodo y silencioso. Guiados por especialistas, los visitantes reciben asesoramiento personalizado basado en su postura, complejión y hábitos de descanso, y pueden tocar directamente los materiales como muelles, espumas y tejidos, con total transparencia.

KHAMA
www.khama.es
868 482 028

FERIAS Y CONVOCATORIAS

2025

SEPTIEMBRE

10 – 13: INTERGIFT/ IFEMA MADRID

25 - 26: COFERDROZA / Feria de Zaragoza / Ferretería, Bricolaje y Suministro Industrial.

29 - 2 OCTUBRE: HABITAT VALENCIA / Feria de Valencia / Feria de diseño de interiores.

OCTUBRE

4 - 6: TOMORROW BUILDING / Worl congress Barcelona

4 - 6: SMART CITI EXPO / worl congress Barcelona

8 - 9: EFINTEC / Fira de Barcelona / Feria para empresas instaladoras y nuevas tecnologías.

11-13: Energy global expo / Feria valencia / Feria de Energías y Transición Energética

15 - 16: LOGISTIC & INDUSTRIAL BUILD / IFEMA Madrid / Feria dedicada a la edificación logística e industrial

17 – 19: PISCINA BARCELONA / Pool Wellness Outdoor Barcelona

29 - 30: ARCHITECT@WORK BARCELONA / Barcelona / Evento internacional que exhibe sus innovaciones a la comunidad de arquitectura y diseño.

NOVIEMBRE

18 - 20: GENERA / IFEMA Madrid / Feria Internacional de Energía y Medioambiente.

18 - 20: MATELEC / IFEMA Madrid / Salón Internacional de soluciones para la Industria Eléctrica y Electrónica

18 - 20: C&R / IFEMA Madrid / Salón Internacional de la Climatización y la Refrigeración.

19 - 20: ARCHITECT@WORK VALENCIA / Valencia / Evento internacional que exhibe sus innovaciones a la comunidad de arquitectura y diseño.

21 - 23: INTERIHOTEL / Fira de Barcelona / Diseño para hoteles y restaurantes.

2026

FEBRERO

4 – 7: INTERGIFT/ IFEMA MADRID

26 – 27: CEVISAMA/ Feria Valencia / Feria centrada en cerámica, baño y equipamiento industrial. Aunque a partir de 2026 se fusiona con Hábitat.

JUNIO

9 – 11: O TECMA / Ifema Madrid / Desarrollo urbano sostenible, soluciones medioambientales y networking

OCTUBRE

15 – 17: GUEXT / Ifema Madrid / El salón de proveedores y servicios para el sector Hospitality

NOVIEMBRE

10 - 13: FIMMA/ Feria Valencia/ Feria internacional de materiales, tecnología, componentes, maquinaria y herramientas para el mueble, carpintería, interiorismo y proyectos contract

10 - 13: MADERALIA / Feria Valencia/ Feria internacional de materiales, tecnología, componentes, maquinaria y herramientas para el mueble, carpintería, interiorismo y proyectos contract.

10 - 13: VETECO / Ifema Madrid / Impulso, construcción, soluciones y personas

10 - 13: CONSTRUTEC / Ifema Madrid/ Construcción y arquitectura

10 - 13: SMART DOORS / Ifema Madrid/ Construcción y arquitectura

10 – 13: PISCIMAD / Ifema Madrid/ Construcción y arquitectura



saxun

Tu mundo, nuestro universo.

P-230

Pérgola Bioclimática

Grandes dimensiones para un máximo confort



7x5,6 m

Dimensión máxima

nueva



Nueva Pérgola Bioclimática P-230, especialmente diseñada para ofrecer unas impresionantes dimensiones de 7x5,6 metros (largo x ancho) en todas sus tipologías. Una renovada solución con un plus de elegancia y una cuidada estética.

Cerramientos
Protección Solar
Decoración

Todo empieza con una idea.



Ideal Standard

Imagina infinitas posibilidades con La Dolce Vita, una nueva colección de baño que presenta un estilo atemporal y sensual diseño de Ludovica + Roberto Palomba.

Visita idealstandard.es y haz realidad tu visión.