



RESET | *new*
DESIGN | *working*
models

www.resetdesign.net

MINISTERIO DE ASUNTOS EXTERIORES Y DE COOPERACIÓN DE ESPAÑA
MINISTRY OF FOREIGN AFFAIRS AND COOPERATION OF SPAIN

Ministro de Asuntos Exteriores y de Cooperación
Minister of Foreign Affairs and Cooperation
JOSÉ MANUEL GARCÍA-MARGALLO

Secretario de Estado de Cooperación Internacional y para Iberoamérica
Secretary of State for International Cooperation and for Latin America
JESÚS MANUEL GRACIA

Secretario General de Cooperación Internacional para el Desarrollo
General Secretary of International Development Cooperation
GONZALO ROBLES

Directora de Relaciones Culturales y Científicas
Director of Cultural and Scientific Relations
ITZIAR TABOADA

Jefe de Departamento de Cooperación y Promoción Cultural
Head of Department for Cooperation and Cultural Promotion
GUILLERMO ESCRIBANO

Coordinación Técnica AECID
Technical Organization AECID
ÁLVARO CALLEJO
ALEJANDRO ROMERO
ESTRELLA SERRANO



Esta publicación ha sido posible gracias a la Cooperación Española a través de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID). El contenido de la misma es responsabilidad exclusiva de Marcelo Leslabay y no refleja necesariamente la postura de la AECID.

This publication was made possible thanks to Spanish Cooperation through the Spanish Agency for International Development Cooperation (AECID). The content of it is the exclusive responsibility of Marcelo Leslabay and does not necessarily reflect the posture of AECID.

EXPOSICIÓN Y CATÁLOGO
EXHIBITION AND CATALOGUE

Comisario y coordinación
Curator and Coordinator
MARCELO LESLABAY

Diseño gráfico
Graphic Design
RICARDO ESPINOSA

Diseño expositivo
Exhibition Design
MARCELO LESLABAY
MANUEL KUPERMAN

Infografías
Infographics
ESTÍBALIZ MARTÍNEZ SOUTO

Producción del sistema expositivo
Production of Exhibition System
MANUEL KUPERMAN

Traducciones
Translations
SUCCESSFUL SPANISH TRANSLATORS S.L.

Gestión de vídeos
Video Management
JULIO SALINAS/CREAMOSTECHNOLOGY

Impresión
Printers
Gráficas Muriel

NIPO
502-14-010-6

Depósito legal
Copyright
M-5848-2014



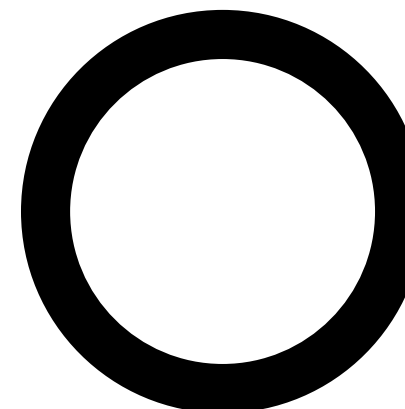
© 2014

Agradecimientos

A Guillermo Escribano, Álvaro Callejo, Alejandro Romero y Estrella Serrano de la Dirección de Relaciones Culturales y Científicas de AECID, que me han confiado este proyecto y han hecho posible esta exposición para promover el Diseño Español.
También agradezco especialmente a los diseñadores Ricardo Espinosa y Manuel Kuperman, y a los autores de los textos que acompañan este catálogo: Pierluigi Cattermole, Manuel Martínez Torán, Joan Mellen y Laurent Ogel.

Acknowledgements

Guillermo Escribano, Álvaro Callejo, Alejandro Romero and Estrella Serrano of the Directorate for Cultural and Scientific Relations of AECID (the Spanish Agency for International Development Cooperation), who entrusted me with this project and who have made this exhibition promoting Spanish design possible. I am also especially grateful to the designers Ricardo Espinosa and Manuel Kuperman, and to the authors of the texts that accompany this catalogue: Pierluigi Cattermole, Manuel Martínez Torán, Joan Mellen and Laurent Ogel.



www.resetdesign.net

El diseño siempre ha estado relacionado con términos como talento, creatividad o innovación. El éxito de un objeto radicaba en su funcionalidad, en la belleza de sus líneas, pero también en su capacidad de producción y distribución a gran escala.

No obstante, como cualquier otra disciplina, el diseño también evoluciona y se va adaptando a las necesidades y coyuntura socioeconómica de su tiempo. Cuestiones como la reutilización o el reciclaje de materiales, que permiten no solo abaratar costes de producción sino ser más sostenible con el medio ambiente, son ahora prioritarias a la hora de idear nuevos productos. De esta manera, elementos como el café, cuya utilización se limitaba a la industria alimentaria o cosmética, se convierte en materia prima para la realización de recipientes o elementos decorativos.

En este contexto, el oficio del diseñador también se va transformando. Si hace unos años los

diseñadores se integraban como parte del eslabón en una gran cadena de producción fordista, ahora la competencia del mercado y el coste de la distribución han propiciado que, en muchos casos, el diseñador retorne a la producción a pequeña escala y artesanal. Las facilidades digitales han favorecido la eliminación de intermediarios a la hora de comercializar el producto final. El diseñador deviene así en una suerte de artesano-empresario.

Este nuevo concepto de diseño es el que propone la exposición *Reset design. New working models*. Apostando por jóvenes microempresas españolas de diseño que, limitados por las dificultades de abrirse camino en el mercado global, basan su filosofía en la producción artesanal y en la venta directa a través de la Red, permitiendo su apertura y resonancia a escala mundial sin depender de grandes empresas distribuidoras.

La selección de empresas y objetos que presenta el comisario

Marcelo Leslabay en *Reset design. New working models*, son prácticamente piezas artesanales. En su mayoría, parten de ideas innovadoras, fruto de un gran trabajo de conceptualización e investigación sobre el uso de los materiales, que nos aportan opciones sorprendentes a nuestra vida cotidiana, partiendo de premisas sencillas pero muy elaboradas.

La relación entre diseñador y consumidor es directa, como lo es la propuesta expositiva de esta muestra. Así, los objetos de estas microempresas españolas adquieren el verdadero protagonismo. Su ideología de trabajo queda reflejada, de esta manera, en cada uno de los objetos presentados, poniendo de manifiesto el diseño español más global y vanguardista y “los nuevos modelos de trabajo” a los que se encamina el diseño industrial.

Dirección de Relaciones Culturales y Científicas
AECID

Reset del sistema creativo

Uno de los mayores problemas a los que nos enfrentamos como sociedad globalizada es el cambio de paradigma que se ha producido en la forma de llevar a cabo nuestras actividades. Este cambio abarca desde la creación y producción, pasando por la distribución, hasta el consumo y comunicación de todo lo que nos rodea.

Ahora nuestras actividades se realizan de manera distinta a cómo las hacíamos hace unos pocos años, y los diseñadores han sido de los primeros en entender las nuevas reglas del juego, en reiniciarse como profesionales para invertir en sus proyectos personales y emprender un camino propio. Así es como han surgido en estos últimos años infinidad de pequeñas editoras lideradas por diseñadores que buscan una alternativa para poder diseñar y comercializar sus productos.

Estas pequeñas empresas forman parte de las nuevas industrias creativas, que van desde el mobiliario, la iluminación y los juguetes, pasando por la ropa, la joyería y el calzado, hasta revistas digitales, videojuegos y aplicaciones. Vemos como cada día nuevos creativos encuentran en la autoedición una vía alternativa para desarrollar sus ideas y cómo aprovechan los nuevos medios de comunicación, para difundir rápidamente su modelo de negocio por todo el planeta.

Para mostrar estos nuevos modelos de trabajo hemos organizado

Reset Design, una exposición formada por diez editoras de productos para el hábitat que se han creado en los últimos años en España. Este heterogéneo grupo de diseñadores y emprendedores han fundado sus propias empresas para desarrollar, producir y comercializar sus proyectos. Como factor común de todos ellos se puede ver un esfuerzo constante por adaptar su modelo de negocio a las necesidades del mercado y por dar soluciones a los problemas cada vez más complejos de la sociedad. Todos poseen una visión global de su proyecto empresarial y entienden que la exportación es el camino para crecer y las redes sociales el medio para difundir su trabajo.

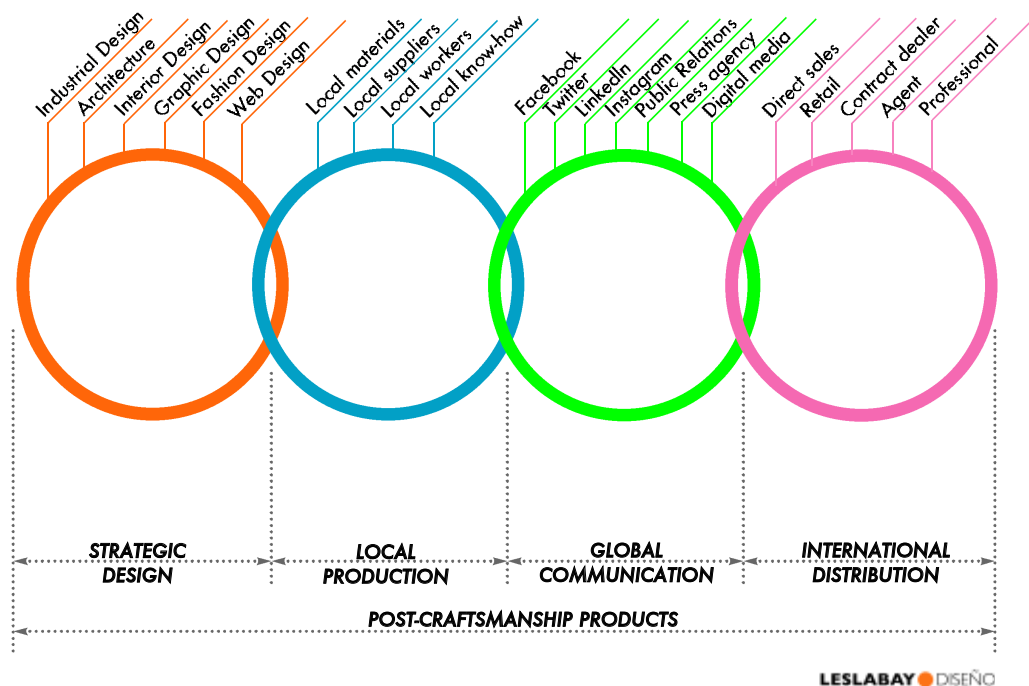
Forman parte de un fenómeno global que se presenta simultáneamente, con diferentes grados de intensidad en los cinco continentes; se construye sobre un entramado de alianzas entre diseñadores, artesanos y pequeños talleres que se asocian para producir series cortas y con muy buenos acabados, una alternativa a los productos de consumo masivo y una clara respuesta a las necesidades sociales. Este sistema tiene varias ventajas: genera fuentes de trabajo en la región, requiere bajas inversiones económicas, tiene gran flexibilidad para adaptarse a la demanda, y permite experimentar con nuevos materiales y lenguajes formales, más cercanos a una nueva artesanía que al producto industrial,

en definitiva aportan más frescura y autenticidad. Un movimiento que se ha consolidado dando lugar a una nueva cultura del proyecto que hemos definido como post-artesanal.

Por otra parte, los consumidores nos encontramos frente a un mercado saturado y uniformado por las grandes marcas, por esa razón la oferta de estas pequeñas empresas ha contado con el respaldo de la sociedad, ya que necesitamos diferenciarnos con productos más sensibles, más respetuosos con el medio ambiente y, que además, generen puestos de trabajo en nuestro entorno social.

Una consecuencia de la oferta generada por las editoras de productos post-artesanales es el aumento exponencial de eventos en todo el mundo, nuevos puntos de encuentro entre diseñadores y consumidores, como las *design week*. Por una parte los ciudadanos demandan nuevos espacios donde se concentre toda la oferta creativa que se desarrolla en su ciudad, para conocer a los diseñadores y sus nuevas creaciones; y por otra parte, los diseñadores necesitan tomar el pulso a sus potenciales clientes, contactar con la prensa y crear alianzas con otras editoras. También estos eventos son políticamente rentables para las ciudades que las organizan, ya que posicionan y refuerzan su imagen, se las vincula con las industrias creativas, dan visibilidad al diseño y la innovación, además de apoyar

POST-CRAFTSMANSHIP DESIGN DISEÑO POST-ARTESANAL



En este gráfico se muestran las cuatro fases que articulan el diseño de productos post-artesanales, con las áreas que entran en juego en cada una de ellas y caracterizan el modelo de trabajo de las editoras.

a los jóvenes emprendedores. Es decir, beneficia a todas las partes: ciudadanos, editores y políticos.

ANTECEDENTES

En la historia del diseño industrial se suceden desde hace más de dos siglos casos paradigmáticos que tienen como protagonistas a destacados diseñadores que han sido los creadores de sus propias empresas. Así podemos analizar desde el movimiento *Arts & Crafts*, liderado por William Morris que en 1875 fundara en Londres su propia empresa *Morris & Co.* para producir textiles y papeles pintados, y que ha sido todo un referente para el diseño industrial del siglo XX. O el caso de Michel Thonet que para producir sus famosas sillas creara cerca de Viena en 1849 la compañía *Gebrüder Thonet*, en la que solo

del modelo *Thonet N°14* se habían fabricado hasta 1930 más de 30 millones de unidades; actualmente la firma sigue en manos de la familia bajo el nombre de *Thonet GmbH*.

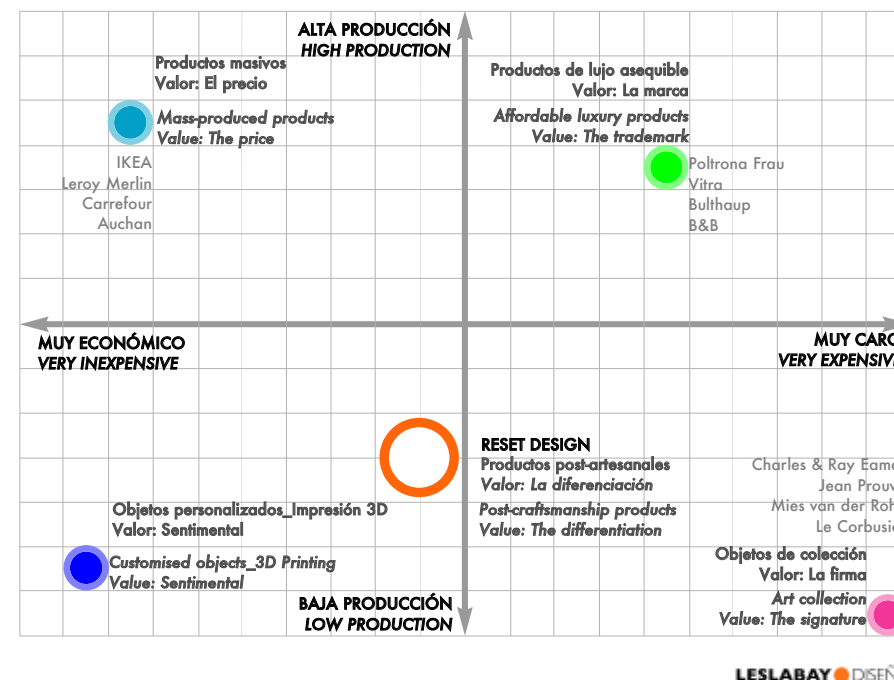
También el diseñador húngaro, Marcel Breuer, con la influencia de haber estudiado en la mítica escuela de la Bauhaus, constituye en 1927 la sociedad *Standard Möbel*, para fabricar sus muebles en tubo de acero.

Por su parte Alvar Aalto, en 1935 establece en Helsinki la firma de muebles *Artek* para fabricar las sillas y taburetes que había diseñado para el Sanatorio Paimio y la Biblioteca Viipuri; empresa que ha sido adquirida en 2013 por Vitra.

En Los Ángeles, el matrimonio de Charles & Ray Eames, crearon su propia empresa en 1942, a partir de la máquina Kazam!, diseñada para moldear madera contrachapa-

da, que encontró un inesperado uso al diseñar unas tablillas que servirían para inmovilizar las piernas rotas de los heridos de guerra de la Marina de los EE.UU. Con ese mismo sistema de moldeo en pocos años realizarían los prototipos de sus célebres sillas y tumbonas que produce Herman Miller desde hace más 50 años, y son consideradas iconos del diseño industrial contemporáneo.

Así llegamos a la actualidad donde encontramos diseñadores que han creado sus propias empresas editoras, como por ejemplo, Ron Arad, Ingo Maurer, Nani Marquina, Tom Dixon, Paola Lenti o Philippe Starck, entre muchos otros. Impulsores de empresas que han comenzado editando los diseños de sus titulares pero que al poco tiempo han incorporado proyectos de otros diseñadores a su producción.



Este gráfico muestra la relación de los productos post-artesanales de *Reset Design* respecto al mercado del hábitat, en función de dos variables: el precio y el volumen de producción. Este gráfico parte de una actualización y adaptación al publicado en el artículo "Todo objeto es diferente a otro" de Juli Capella en *Temes de Disseny* 19 de 2002.

CONCLUSIÓN

Como conclusión podemos afirmar que las editoras de productos post-artesanales:

1. Fomentan la creación de empresas aplicando nuevos modelos de trabajo, y son una alternativa laboral para muchos diseñadores.
2. Se basan en cuatro pilares básicos: diseño, producción, comunicación y comercialización, gestionados por el propio diseñador.
3. Son una alternativa a la alta producción, con productos de calidad, diferenciados y competitivos, con una excelente relación calidad-precio.
4. Fomentan la producción local frente a la deslocalización, incorporando trabajadores, materiales y proveedores de la región.
5. Forman parte de la nueva economía creativa y se rigen por las

leyes de la oferta y la demanda del mercado.

6. Responden directamente a las necesidades de los consumidores y a las tendencias del mercado, por lo que reflejan la cultura proyectual.
7. Incorporan nuevos modelos de distribución que acortan la distancia entre productor y consumidor, con lo que se abarata el precio de venta al público de los productos.
8. Se promocionan en las redes sociales, en los medios digitales y con sus propias webs, reduciendo los gastos de publicidad.
9. Participan dentro de las ferias más importantes del mundo, generan eventos propios y potencian la economía de la región.
10. Provocan que los centros de enseñanza actualicen sus pro-

gramas con nuevas ofertas académicas dirigidas a formar diseñadores y emprendedores.

Como los mitológicos seres de la antigüedad, estos jóvenes profesionales –mitad empresarios, mitad creativos– son al mismo tiempo un sísmógrafo que registra los sutiles cambios de la cultura proyectual, impulsores del movimiento post-artesanal y un claro reflejo de los cambios que experimenta nuestra sociedad, que revaloriza la calidez de lo artesanal, la magia de las pequeñas series y devuelve el alma a los objetos. Porque es el momento de rodearnos de nuevos productos: sensibles, responsables y de calidad.

Marcelo Leslabay
Comisario de la exposición
www.leslabay.com

Hazlo tú mismo. Del diseño a la autoproducción

Hoy más que nunca es mucho más importante hacer las cosas que decir las. Esta sentencia se deduce al observar la labor de aquellos diseñadores que encuentran en la autoproducción y en el “hazlo tú mismo” el camino más adecuado para responder tanto a la falta de encargos como a la dura crisis económica que tan solo en España condena a más de la mitad de los jóvenes a una situación de desempleo. En efecto, precisamente la imparable erosión de nuestro “estado de bienestar” favorece la consolidación de nuevas formas de colaboración y de autoproducción “desde abajo”. Experiencias de este tipo nacen y se multiplican cada día tanto en internet como en muchos contextos urbanos.

Sin embargo, esta profunda crisis económica, que sin duda ha acelerado y reforzado el fenómeno, no es el única circunstancia que impulsa la difusión de estas prácticas. Otros factores determinantes, como la disponibilidad de nuevas tecnologías de producción y la posibilidad de poner en común experiencias y conocimientos a través de la red, han propiciado nuevas formas de emprendimiento que encuentran sus referentes tanto en la lógica DIY *–Do it yourself–* como en el movimiento *Makers*. Un movimiento de “gente que modifica mecanismos y hardware, modelos de negocios y soluciones habitacionales, para descubrir la manera de tirar adelante y vivir feliz cuando la economía acaba

en el retrete”, en palabras de Cory Doctorow, autor de la homónima novela.

Si bien es cierto que en la historia del diseño la autoproducción no es un fenómeno nuevo (especialmente en España donde una tradición industrial poco proclive a la innovación ha condenado a muchos diseñadores a convertirse en empresarios y fabricantes de sus propios proyectos), hoy adquiere un significado mucho más profundo si la consideramos en la perspectiva de una transformación global de las dinámicas de producción, distribución y consumo. Un número cada vez más grande de diseñadores ha dejado de trabajar para las industrias clásicas y se ha puesto manos a la obra para idear, experimentar, producir y vender sus creaciones de manera autónoma o en colaboración con pequeñas editoras de productos.

Como consecuencia, asistimos a la consolidación de una nueva generación de auto-emprendedores que diseñan y producen tanto desde la artesanía como desde la alta tecnología. Realizan pequeñas series, piezas únicas o bajo pedido caracterizadas por un alto grado de personalización. De este modo, aprovechan las ventajas de controlar todas las fases del proceso y mantener una relación directa y personal con el usuario final, algo que sería evidentemente impensable para la industria tradicional.

Así, frente a estos nuevos mo-

delos de trabajo, también se torna irrenunciable descubrir nuevas fórmulas en lo que a comunicación, promoción y distribución se refiere. Sin duda internet (con blogs y redes sociales para la promoción, el *crowdfunding* para la micro-financiación y el *e-commerce* para la venta online) constituye una herramienta muy poderosa para estas “pequeñas empresas con grandes ideas”. No obstante, promoción y venta siguen representando la bestia negra para muchas editoras y auto-productores. Precisamente en este contexto iniciativas como la exposición *Reset Design* adquieren un sentido renovado, pues pretenden “reiniciar” todo un sistema de relaciones entre dos mundos, el de los consumidores y el de los productores, cuya separación ya no es tan evidente como en el pasado.

Finalmente, en una época en la que las grandes empresas aprovechan sin escrúpulos las lógicas perversas del mercado y emigran en busca de costes de trabajo cada vez más indecentes, resulta cómo mínimo reconfortante encontrarse con piezas como las de esta exposición, posible expresión del resurgimiento de una economía territorial más auto-suficiente, auto-organizada y respetuosa con las personas y con el medioambiente.

Pierluigi Cattermole Fioravanti
Director editorial de Experimenta
www.experimenta.es

¿Se está reinventando el diseño y su fabricación?

Existe una reflexión contemporánea sobre el diseño y el impacto del desarrollo de las nuevas técnicas de fabricación digital, las cuales tienen el potencial de cambiar la actual dependencia de los productores industriales y regulan la distribución, con más posibilidades para la persona, como potencial consumidor. Esto se puede conseguir a través de diferentes recursos, fabricados a partir de las tecnologías accesibles, cuya finalidad es doble: reafirmar ese diálogo de relación hombre-máquina que aparece como nuevo en la era digital, y en segundo lugar, comprender las posibilidades que la tecnología nos da para apoyar nuestra actitud creativa y disponer para ello de los elementos necesarios. Autores como Ezio Manzini¹ o Christopher Kelty² hablan de un nuevo mundo, con sistemas abiertos y distribuidos que ya están influyendo en el diseño, las formas de producir y el consumo.

LA FABRICACIÓN PERSONAL

El desarrollo de las tecnologías aditivas y de control numérico están aumentando de forma muy significativa la flexibilidad de la producción, permitiendo fabricar en serie productos personalizados (*masscustomization*). Su progresivo abaratamiento, junto con el desarrollo de empresas auxiliares a las que se puede subcontratar, está abriendo un abanico de nuevas oportunidades para la creatividad, al permitir rea-

lizar tareas más complejas combinando diferentes tipos de materiales de una forma más rápida, sencilla y barata. A su vez, la tendencia del *fabbing*³, la producción personalizada de objetos tridimensionales, es ya en estos momentos una realidad. La popularización de estas tecnologías está revolucionando la fabricación y distribución de objetos de todo tipo. Hace más de ocho años (2005), Neil Gershenfeld, creador del concepto FabLab, escribió *Fab4* sobre sus propias experiencias y las desarrolladas alrededor del CEBIT en el MIT. En este libro predijo cómo, de la misma manera que se había pasado con los PCs (*Personal Computers*), sucedería lo mismo con el concepto de fabricación, y aparecerían los PFs (*Personal Fabricators*).

DISEÑO Y LENGUAJE DIGITAL

En la actualidad, los diseñadores reflexionamos sobre cómo buscar formas de producir y ser visibles por nosotros mismos. Junto a este factor, en los últimos cinco años, se está aportando alternativas a la producción en masa y a las diferentes formas de organización de la economía, como respuesta cultural, económica y política a la crisis. Para alcanzar estos objetivos, hay varias lecturas en la cultura más contemporánea:

Configurando una línea de producción y de montaje personal. Los antecedentes a esta idea se mani-

fiestan en proyectos como los del diseñador Christian Fiebig⁵ (2011), que parte de la transformación de formas planas en geometrías 3D en forma de papel, objetos de madera, cerámica, etc. reproduciendo el formato digital en estructuras fáciles de montar, configurando líneas de producción y montaje básicas.

El discurso claro, universal e interactivo, tiene como objetivo principal y se da cada vez más, es hablar de creación y construcción personal, de fácil accesibilidad y coste bajo. En este sentido, el formato más experimental, es el de Thomas Maincent⁶, que diseñó y construyó *SpiderFarm* (2011-12), una granja de "arañas" que tejen textiles, que ya va por su versión 2.0.

Profundizar en esa interactividad en la idea del "hágaselo usted mismo" (DIY), donde se transmite la idea de recuperación, reciclaje, bricolaje... se presente como alternativa a la producción convencional y a la crisis económica. También la diseñadora Eugenia Morpurgo⁷ realizó un proyecto de instalación interactiva con el objetivo de difundir conocimiento sobre la idea de "repárelo usted mismo" (2011), en las que el usuario es equipado de recursos para arreglar un par de zapatos. También este concepto emerge con el equipo MischerTraxle⁸, cuando presentaron su *The Idea of a Tree* (2008), una máquina que construye un objeto, con variaciones de

color representando la cantidad de energía solar aprovechada.

Finalmente, el incorporar tecnología “blanda” junto a herramientas de última hora más accesibles e intuitivas, facilitando la interacción con las personas. *L'ArtisanElectronique* del estudio belga Unfold⁹, es otro proyecto donde interviene escáner e impresión 3D de cerámica, imitando el trabajo de un alfarero, modelando digitalmente de forma virtual con tus manos y construyendo la pieza físicamente tal y como la hemos realizado. Esto por otro lado, nos acerca a la idea del consumidor 2.0.

UNA PRIMERA CONCLUSIÓN: EL DISEÑO COMO FACTOR CLAVE EN LA CREACIÓN DIGITAL

En este nuevo sistema de relaciones son necesarias, y resultan claves, las aportaciones de diseño que están emergiendo:

Su relación con la fabricación digital. Ya se pudo presenciar la conexión entre piezas impresas y diseñadores, con el proyecto *E-volution* de MGX en 2009. Desde entonces, a través de esta marca (división de la empresa *Materialise*), en colaboración con un nutrido grupo de diseñadores reconocidos internacionalmente, producen los productos sobre pedido, con los materiales resultantes de estos sistemas, aplicados a iluminación, decoración y moda. En estos últimos cinco años han sido cientos los proyectos con piezas diseñadas y desarrolladas con impresoras 3D, y de este modo apreciamos el concepto de edición de diseño “digital”.

Los Craft Designers. La evolución de la edición de diseño, vuelve a situar a jóvenes iniciativas creativas donde aparecen talleres en el área mediterránea como Domanises, Apparatu, Limoceramics, ... que recurren a la alianza estratégica entre diseño y artesanía, incorporándose al binomio artesano y diseñador/es, o al diseñador reconvertido en arte-

sano. Este modelo coincide con la cultura *maker*, que da cabida a todo tipo de idea que sea susceptible de ser construida bien por uno mismo o en equipo.

La traslación de la cultura del código abierto al diseño: El *Open Design*, es el último instrumento de colaboración que están pasando de la experimentación a la realidad¹⁰ con formato de negocio¹¹. Fruto de esta realidad, se está desencadenando una comunidad en red que comparte información digital de productos físicos. Estrechamente unida al código abierto, aparecen las formas de diseño compartidas (El *Peer Design*). Todo ello muy en conexión con el negocio 2.0 y con el *Peer Production*¹², pues tenemos la disponibilidad ubicua de las herramientas de producción. En muchos casos culmina con todo un proceso completo, en el que se incluye la producción, bien como productor (caso *Unto This Last*¹³, en Londres) o como diseñador (como el proyecto *Open Desk*¹⁴, también desde Londres).

Por todo ello, hoy el diseño se transforma en una disciplina abierta, en la que los diseños son compartidos. Y su innovación, con una gran diversidad de productos, es un proceso que abarca la colaboración y lo global.

Manuel Martínez Torán

Profesor e investigador en diseño
Universitat Politècnica de València
www.fablab.upv.es

- 1) MANZINI, E. (2010) *Small, Local, Open and Connected: Design Research Topics in the Age of Networks and Sustainability*, Journal of Design Strategies, Volume 4, No. 1, Spring
- 2) KELTY, C.M. (2008). *Two Bits: The Cultural Significance of Free Software*. Duke University Press
- 3) VON DER GRACHT, H.A. (2008). *The Future of Logistics: Scenarios for 2025*. Col. Einkauf, Logistik und Supply Chain Management. Ed. Gabler Verlag.
- 4) GERSHENFELD, N. (2005). *Fab: the coming revolution on your desktop - from personal Computers to personal fabrication*. Basic Books, Nueva York.
- 5) <http://christianfiebig.de/>
- 6) <http://www.thomas-maincent.com/>
- 7) <http://www.eumo.it/>
- 8) <http://www.mischertraxler.com/>
- 9) <http://unfold.be/pages/projects>
- 10) PÉREZ DE LAMA, J.; GUTIÉRREZ, M.; SÁNCHEZ LAULHÉ, J. M.; OLMO, J.J. (2011). *Fabricación digital, código abierto e innovación distribuida*, en Actas 4ª Jornadas Internacionales sobre Investigación en Arquitectura y Urbanismo (4IAU), Valencia.
- 11) KLAASSEN, R.; EVERS, L.; TROXLER, P. (2013). *Open Design Now: Why design cannot remain exclusive*. Ed. Bas Van Abel.
- 12) *The Journal of Peer Production* lo define como un modo de producción basado en el bien común y orientada a la participación voluntaria y a la autoselección de tareas. Ejemplos de esto son el desarrollo colaborativo en proyectos de software libre o la creación de la conocida enciclopedia en línea Wikipedia.
- 13) <http://www.untothistlast.co.uk/>
- 14) OpenDesk es una colaboración entre los diseñadores Joni & David Steiner y Development 00, con el equipo de la plataforma de fabricación digital FabHub

RODI: El retorno de la inversión en diseño

El gran cambio no está tanto en el mundo del diseño sino en el diseño del mundo, de nuestras organizaciones, las empresas... Y los diseñadores, sean emprendedores, autoeditores o gestores de diseño que están en esa clave, están en el epicentro de los cambios actuales, en cualquiera de las disciplinas, aportando valor al generar nuevos procesos, servicios, espacios, experiencias.

El valor del diseño está en relación a la inversión de partida. Siempre hay un valor, con más o

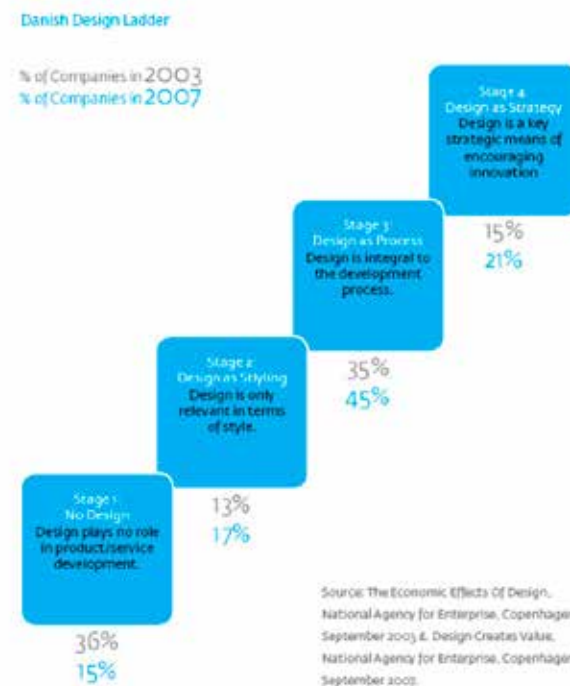
menos impacto, pero siempre lo hay. El RODI –Return on Design Investment– siempre es superior a 1. Lo otro es el *no diseño*. De las más de 300.000 empresas que han desaparecido en estos últimos años en España, sabemos que no invirtieron en diseño, fuera en rediseñar sus productos, servicios, identidad, comunicación, etc... Cuando se invierte, siempre hay un retorno, más o menos elevado claro está, que en el caso del diseño varía en función de las expectativas y percepciones, y sobre todo por la gran

variedad de parámetros, directos y derivados. Como en cualquier actividad, el retorno sobre la inversión se traduce en beneficios, pudiendo ser económicos, ecológicos, culturales, y un largo etcétera.

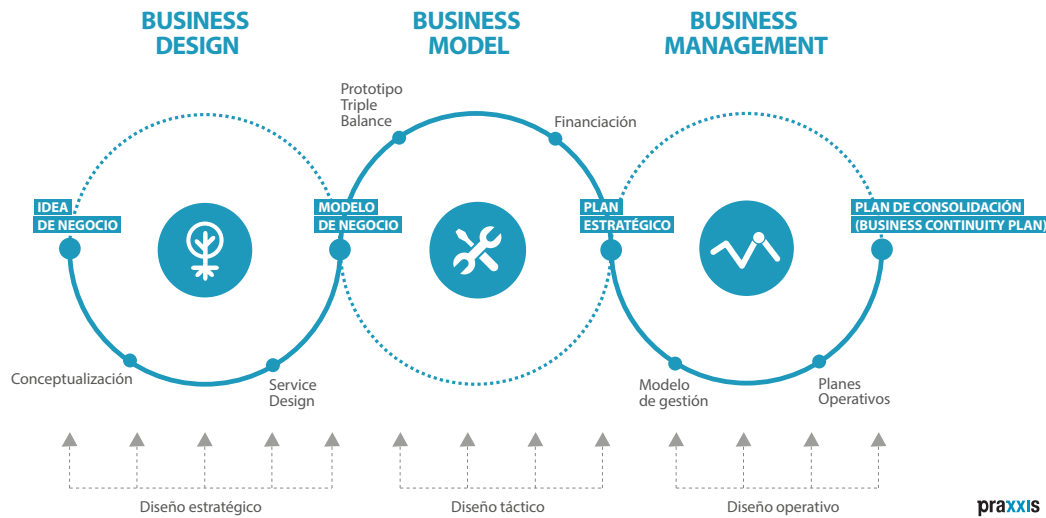
Cuando queremos conocer nuestro RODI, el problema aparece cuando sólo confiamos en nuestro pensamiento analítico, basado en datos y evidencias, y solo se repite el pasado, mezclando lo importante y lo urgente, lo estratégico y lo táctico, la identidad y la imagen, llegando a extremos insospechados por cualquier diseñador, que el trabajo realizado, sea unas pocas horas o meses, se sentencie por un *me gusta o no me gusta*. Cuanto más estratégico se considere el diseño, más claro lo tienen los que invierten en diseño y más claro lo tenemos los diseñadores para saber *para qué y cómo* aportar valor, y no simplemente en el *qué*.

Considerar ante todo el diseño como estratégico pasa por rediseñar nuestros modelos de organización y pasa sin duda por trabajar de forma más colaborativa y participativa, con propuestas de valor no sólo centradas en, sino desde las personas, nuestros clientes y usuarios. También es clave el diseño del modelo de gestión, el diseño de un modelo sostenible, con participación plena de los diseñadores desde el principio y no a mitad de proceso o al final como sigue pasando.

El diseño es creación de valor,



El marketing de las nuevas editoras de diseño



praxis

visibilidad de marca, servicios y productos diseñados para el usuario, mejora de procesos, experiencia y diferenciación... Medir el retorno de la inversión es ciertamente complicado, pero se puede. Solo debemos saber dónde situarnos, si en la fase del *business design*, del *business model*, o del *business management*. Según algunas investigaciones, una empresa con un producto que se vende a 100 € en el mercado, invirtiendo 50 € en diseño se puede vender a 220 €. Implica invertir en diseño de nuevos procesos, en rediseñar nuestro servicio, marca, discurso... El "todo a 100" no tiene sentido en los nuevos escenarios. Para sobrevivir hay que aportar valor. El diseño lo aporta. O vendes a 220 € cierras.

Según un estudio realizado por el Design Council, alrededor del 90% de las empresas que han incorporado diseño han recuperado su inversión en un plazo medio de 15 meses. El 50% han recuperado sus costes totales en menos de un año. Dos de cada cuatro empresas

que han invertido en diseño han abierto nuevos mercados nacionales y una de cada cuatro ya se ha internacionalizado.

La principal carencia de las empresas en España es no tener una visión global, y sobre todo no confiar en los diseñadores. Muchas de ellas están intentando diseñar o rediseñar su modelo de negocio, en definitiva su propuesta de valor. Se suele incorporar el diseño de forma disgregada, por un lado un logotipo, por otra una presentación comercial, o una etiqueta pegada en una caja, tenemos supuestamente un servicio sin habernos preguntado para qué y menos para quién. Si no nos hacemos unas preguntas fundamentales como quién es nuestra audiencia y cómo le gustaría vincularse con nosotros, no solo en lo racional, lo que le ofrecemos, sino en lo afectivo, compartiendo valores, sólo con suerte llegará el cliente a percibir el verdadero valor de nuestro producto o servicio. Los valores son aquellos conceptos generalmente abstractos

que condicionan nuestra forma de mirar, de ordenar, de hacer negocios, pero son las características esenciales por las que seremos reconocidos y recordados.

Si no se considera el diseño como estratégico, no pasa nada. No pasa literalmente nada. Las 300.000 empresas que han desaparecido estos tres últimos años no se reseataron, no rediseñaron su propuesta de valor, no entendieron que sus usuarios podían tener otras necesidades experienciales. Afirmar que 300.000 empresas han cerrado por no invertir en diseño es osado, pero sabemos que no hay empresa que haya invertido de forma estratégica en diseño que haya desaparecido, eso sí, muchas se han transformado, incluso por completo.

Laurent Ogel
Director de Praxxis
www.praxis.es

En el siglo pasado, las empresas productoras españolas de equipamiento doméstico eran pequeñas y medianas empresas familiares que asistiendo a la Feria Internacional del Mueble de Valencia y, excepcionalmente a alguna otra en el exterior, conseguían vender parte de su producción en los mercados exteriores. Con estas escasas acciones ya daban por satisfechas sus ambiciones comerciales. Se trataba de empresas con medios y capital pero que invertían pocos recursos en marketing y ventas.

Hoy, estas mismas empresas, con sus posibilidades y sus recursos, invierten en diseño, transforman las propuestas en productos y los ponen en circulación, y lo hacen no solo para mejorar sus resultados, sino también para afianzar una personalidad propia y comunicarla con eficacia.

En este siglo, y por circunstancias propias del cambio en el entorno socioeconómico y tecnológico, han aparecido nuevas empresas en el sector hábitat diseño que son editoras, que no fabricantes, de productos de diseño para el hábitat, que empiezan a dar a España un signo de modernidad. En muchas ocasiones, estas nuevas empresas nacen más con voluntad que con

recursos, pero cuentan con una mayor capacidad de diferenciarse: la cualidad de distinto, unida a la visible, resulta fundamental en un mercado saturado de iconos, imágenes y reclamos de los de siempre.

Competir con las empresas productoras y editoras posicionadas no es sencillo por su fuerte identidad y por su marcada filosofía de diseño, pero las oportunidades que se les presentan en la coyuntura actual son muy alentadoras.

¿Qué estrategias de marketing y comercialización usan las nuevas editoras?

Las nuevas editoras formadas por equipos jóvenes y multidisciplinares saben que las redes sociales actúan como facilitadores y contribuyen a ampliar el rol tradicionalmente pasivo del consumidor, aunándolo con el suyo en una figura clave en este nuevo concepto de empresa: el *prosumer*, es decir, la encarnación de ese consumidor que participa activamente en la concepción del producto, independientemente de donde se encuentren situadas ambas partes.

Las redes sociales transforman la idea que tenemos de las empresas. Vivimos un periodo de transición clave para la cultura corporativa, en el que las barreras de comunicación


se difuminan y los límites entre la organización y el cliente se diluyen.

Las nuevas editoras introducen las redes sociales como su herramienta básica de promoción, no solo por ser económica, sino porque también les inserta en un entorno en el que el acceso al talento es global y automático, y consiguen aumentar exponencialmente sus potenciales clientes. En ese mismo entorno además las ideas se multiplican a su alrededor, al tiempo que se exponen al juicio de innumerables opiniones en cualquier parte del mundo.

En cambio, las editoras deben conocer bien qué otros canales de comunicación, distribución y venta como punto de contacto prefieren sus consumidores en cada mercado, además de internet, a medida que van aumentando su proceso de expansión.

La coyuntura del sector a nivel global nos presenta un sector atomizado donde la supervivencia de las nuevas empresas editoras pasa por un enfoque basado en la orientación al mercado internacional fundamentada en la diferenciación y el enfoque como ventajas competitivas.

Joan Mellen
Director Ejecutivo RED
www.red-aede.es



Design has always been connected to terms such as talent, creativity or innovation. The success of an object came from its functionality and the beauty of its lines, but also its capacity for large-scale production and distribution.

Nonetheless, like with any discipline, design also evolves and adapts to the needs and socio-economic situation of its time. Questions such as the reuse or recycling of materials, which not only means a reduction in production costs but is also more sustainable for the environment, are now priorities when it comes to thinking up new products. So elements like coffee, which was previously only used for the food or cosmetic industry, are becoming prime materials for making containers or decorative items.

In this context, the designer's work is also changing. If a few years ago, designers were integrated as part of a link in a great Fordist

production chain, now market competition and the cost of distribution have meant that, in many cases, the designer has returned to small-scale and handcrafted production. Digital facilities have favoured the elimination of intermediaries when it comes to marketing the end product. So the designer has become a kind of craftsman-business person.

This new design concept is the one proposed by the exhibition *Reset design. New working models*. Committed to young Spanish design micro-businesses that, limited by the difficulties of making their way in the global market, base their philosophy on a handcrafted product and direct sales over the internet, which allows them to open up and have an effect worldwide without depending on large distribution companies.

The selection of businesses and objects presented by the exhibition organiser, Marcelo Leslabay, in *Re-*

set design. New working models are nearly all pieces of craftsmanship. They are mostly innovative ideas, the result of much conceptualisation and research work on the use of materials, that provide us with surprising options for our daily lives, starting from simple premises that a lot of work has been put into.

The designer-consumer relationship is direct, as is the expository aim of this exhibition. So the objects from these Spanish micro-businesses become the real stars. Their work ideology is reflected, in this way, in each of the objects presented, showing the most global and avant-garde Spanish design and "the new working models" that industrial design is heading towards.

*Directorate for Cultural
and Scientific Relations
AECID*

Reset of the creative system

One of the greatest problems that we face as a globalised society is the paradigm change that has taken place in how we carry out our commercial activities. This change encompasses creation and production, distribution and even the consumption and communication of everything that surrounds us.

Nowadays our activities are carried out differently from how they used to be done a few years ago, and designers have been the first to understand the new rules of the game, by reinventing themselves as professionals in order to invest in their personal projects and make their own way. That is how countless small manufacturers have arisen in recent years, led by designers who are searching for a new way to design and market their products.

These small companies form part of new creative industries, which range from furniture, lighting and toys to clothes, jewellery, footwear and even digital magazines, video games and applications. Every day we see how new creative people find a different way to develop their ideas through desktop publishing, and how they use new media to quickly disseminate their business models around the world.

To show these new work models, we have organised *Reset Design*, an exhibition made up of ten manufacturers of products for the home that have been founded in

Spain in recent years. This heterogeneous group of designers and entrepreneurs have created their own companies in order to develop, produce and market their projects. As a common denominator for all of them, we can see their constant effort to adapt their business model to market needs and to provide solutions to the increasingly complex problems of society. All of them have a global vision of their business project and understand that exporting is the way to grow and that social networks are the medium to disseminate their work.

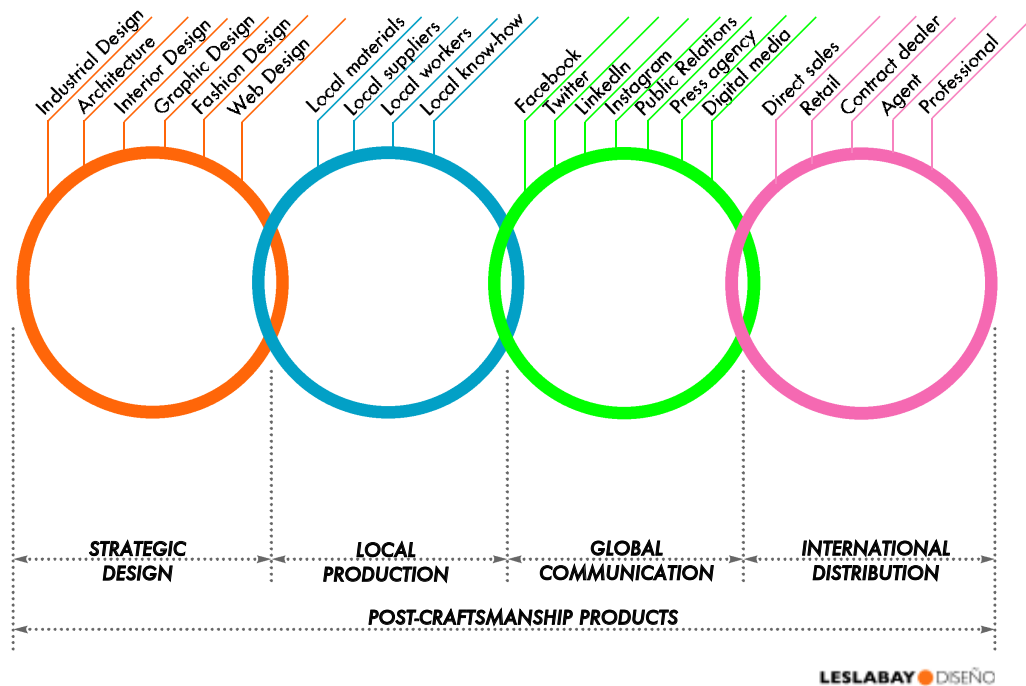
They are part of a global phenomenon that is occurring simultaneously, with varying degrees of intensity, around the world; it is built on a framework of alliances between designers, craftspeople and small workshops that come together to produce limited editions with high-quality finishes, an alternative to mass-produced consumer goods and a clear response to public needs. This system has several advantages: it generates sources of employment in the local area, it requires low levels of financial investment, it is very flexible in adapting to demand and makes it possible to experiment with new materials and formal languages, closer to a new craftsmanship than to an industrial product. In short, they give greater vitality and authenticity. This is a movement that has become established

and is now leading to a new design culture, which we have defined as “post-craftsmanship”.

In contrast, as consumers we are faced with a market that is saturated and homogenised by big brands, and that is why the product ranges of these small companies have been supported by the public; because we need to differentiate ourselves through products that are more sensitive, more environmentally friendly and that also create jobs in our social environment.

One consequence of the product supply created by the manufacturers of post-craftsmanship products is the exponential increase in events around the world, such as Design Week, which are new meeting points for designers and consumers. The public also demand new spaces where the whole creative range being developed in their towns and cities can be concentrated, in order to find out more about the designers and their new creations. Designers also need to take the pulse of their potential customers, contact the press and create alliances with other manufacturers. These events are also politically useful for the cities that organise them, as they position and improve their image as they become connected with creative industries, give greater visibility to design and innovation, as well as supporting young entrepreneurs. In other words, they benefit every-

**POST-CRAFTSMANSHIP DESIGN
DISEÑO POST-ARTESANAL**



This graphic shows the four phases that connect the design of post-craftsmanship products, including the areas that come into play in each of them and that define the work model of manufacturers.

one: the public, manufacturers and politicians.

BACKGROUND

In the history of industrial design, over two hundred years ago there were paradigm changes led by famous designers who had created their own companies. This is how we can analyse the Arts & Crafts movement led by William Morris, who in 1875 founded his own company, Morris & Co. in London to produce textiles and wallpaper, and which was a model for industrial design in the 20th century. Or there is the case of Michel Thonet, who in order to produce his famous chairs created the company *Gebrüder Thonet* close to Vienna in 1849, where in only the *Thonet No. 14* model over 30 million units were manufactured up to 1930; today

the company continues to be run by the family under the name of *Thonet GmbH*.

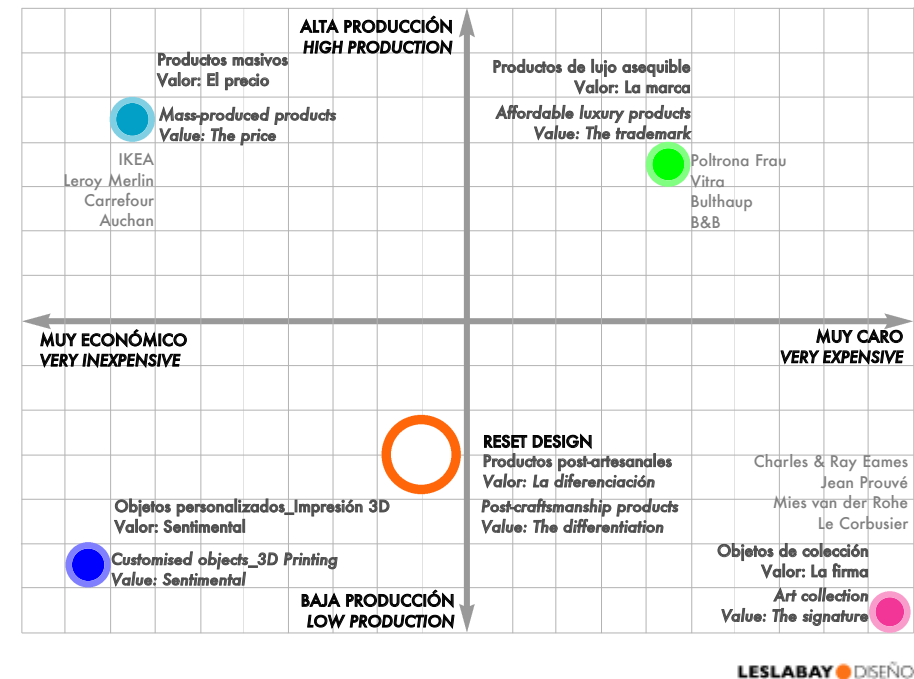
There was also the Hungarian designer Marcel Breuer, with the influence of having studied at the legendary school of Bauhaus, who in 1927 established the company *Standard Möbel* to produce his steel tube furniture.

Also, in 1935 Alvar Aalto set up the furniture company *Artek* to make chairs and stools that had been designed for the Paimio Sanatorium and the Vyborg Library; a company that was acquired by Vitra in 2013.

In Los Angeles, the married couple Charles & Ray Eames created their own company in 1942, based around the “Kazam!” machine, which was designed to mould plywood and found an unexpected use

in designing boards that would later be used as leg-splints for the broken legs of the war injured in the U.S. Navy. Using this same moulding system, in a few years they would produce the prototypes of their celebrated chairs and deck chairs that Herman Miller produced for over 50 years, and are considered as icons of contemporary industrial design.

And then we arrive at the present day, where we find designers that have created their own manufacturing companies, such as Ron Arad, Ingo Maurer, Nani Marquina, Tom Dixon, Paola Lenti and Philippe Starck, among many others. Champions of companies that have started by manufacturing the designs of their owners, but who in a short time have added projects by other designers to their production.



This graphic shows the relationship of the post-craftsmanship products of *Reset Design* with the home market, depending on two variables: price and production volume. This graphic is based on an updating and adaptation of the graphic published in the article “*Todo objeto es diferente a otro*” by Juli Capella in *Temes de Disseny* No. 19 in 2002.

CONCLUSION

As a conclusion we can state that the manufacturers of post-craftsmanship products:

- 1 Promote the creation of companies by using new work models, and are an alternative way of working for many designers.
- 2 They are based on four basic pillars: design, production, communication and marketing, managed by the designers themselves.
- 3 They are an alternative to high production, offering high-quality products that are differentiated and competitive, with excellent value for money.
- 4 They promote local production over relocation, using workers, materials and suppliers from the local area.
- 5 They form part of the new creative economy and are governed

by the laws of supply and demand of the market.

- 6 They respond directly to consumers’ needs and to market trends, meaning that they reflect a design culture.
- 7 They include new distribution models that bring producers and consumers closer together, meaning that the public retail price of their products is lowered.
- 8 They promote themselves on social networks, in digital media and by using their own web sites, thereby reducing advertising costs.
- 9 They take part in the largest trade fairs in the world, create their own events and improve the economy of the area.
- 10 They encourage teaching centres to update their programmes, by adding new academic courses

focused on training designers and entrepreneurs.

Like the legendary beings of ancient times, these young professionals – half entrepreneur, half creative designers – are also a seismograph that records the subtlest changes in design culture, champions of the post-craftsmanship movement and a clear reflection of the changes that Spanish society is experiencing, which is re-evaluating the quality of crafted products, the magic of limited editions and returning the soul to objects. Because now is the time to surround ourselves with new products that are sensitive, responsible and high-quality.

Marcelo Leslabay
Curator of the exhibition
www.leslabay.com

Do it yourself. From design to self-production

Today more than ever it is much more important to do rather than talk. This is deduced from watching the work of those designers who find the most appropriate way to respond to not only a lack of orders but also the hard economic recession, which in Spain alone has put more than half the young people onto the unemployment lines, in self-production or “do it yourself”. Indeed, precisely the unstoppable erosion of our “welfare state” favours the consolidation of new ways of collaborating and self-production “from the bottom”. Experiences of this kind start up and multiply every day both over the internet and in many urban contexts.

Nonetheless, this profound economic recession, which has no doubt accelerated and strengthened the phenomenon, is not the only circumstance pushing the spread of these practices. Other determining factors, such as the availability of new production technologies and the possibility of sharing experiences and knowledge across the internet, have led to new forms of entrepreneurship that use both DIY –*Do it yourself*– and the *Makers* movement as points of reference. A movement of “people who hack hardware, business-models, and living arrangements to discover ways of staying alive and happy even when the economy is falling down the toilet”, in the words of Cory

Doctorow, author of the novel by the same name.

Although it is correct that self-production is not a new phenomenon in design history (especially in Spain where an industrial tradition that is little prone to innovation has condemned many designers to having to become business people and manufacturers of their own projects), nowadays it has acquired a much deeper meaning if we consider it from the perspective of global transformation of production, distribution and consumer dynamics. An ever-increasing number of designers have stopped working for the traditional industry and got down to work on thinking up, experimenting, producing and selling their creations by themselves or in collaboration with small product creators.

As a consequence, we are present at the consolidation of a new generation of entrepreneurs that design and produce using both craftwork and high technology. They make small series, single items or items made to order characterised by a high degree of personalisation. In this way, they make the most of the advantages of controlling all stages of the process and maintain a direct and personal relationship with the end user, something that would evidently be unthinkable for traditional industry.

So when faced with these new

working models, discovering new formulas with reference to communication, promotion and distribution also becomes unavoidable. No doubt the internet (with blogs and social networks for promotion, crowdfunding for micro-financing and e-commerce for online sales) is a very powerful tool for these “small businesses with big ideas”. Nonetheless, promotion and sales are still the big bad beast for many creators and self-producers. Precisely in this context, initiatives such as the *Reset Design* exhibition acquire renewed meaning as they mean to “reinitiate” a whole system of relationships between two worlds: that of consumers and that of producers, between whom there is no longer such evident separation as there was in the past.

Finally, in an age where large companies unscrupulously take advantage of the perverse logic of the market and emigrate in search of ever more indecent labour costs, it is at least comforting to find pieces such as those in this exhibition, the possible expression of an uprising of a more self-sufficient and self-organised territorial economy that is more respectful to people and the environment.

Pierluigi Cattermole Fioravanti
Editorial director of *Experimenta*
www.experimenta.es

Is design and the fabrication of it being reinvented?

There is a contemporary train of thought on design and the impact of the development of the new digital fabrication techniques, which have the potential to change current dependencies on industrial producers and regulate distribution with more possibilities for the individual, as a potential consumer. This may be achieved through different resources, fabricated from accessible technologies, with a double aim: to reassert that man-machine relationship dialogue that appears as new in the digital era, and secondly, to understand the possibilities that technology offers us for supporting our creative attitude and for providing the elements required for it. Authors such as Ezio Manzini¹ and Christopher Kelty² speak of a new world, with extensive open systems that are already influencing design, production methods and consumption.

PERSONAL FABRICATION

The development of additive and numeric control technologies is very significantly increasing production flexibility, allowing personalised products to be manufactured in series (*mass customisation*). Its progressive cheapening, along with the development of auxiliary companies that can be subcontracted, is opening a range of new opportunities for

creativity, allowing more complex tasks to be performed, combining different types of materials faster, more simply and more cheaply. At the same time, the trend of *fab-bing*³, personalised production of three-dimensional objects, is already a reality. The popularity of these technologies is revolutionising the manufacture and distribution of all kinds of objects. Over eight years ago (2005), Neil Gershenfeld, the creator of the Fab Lab concept, wrote *Fab*⁴ about his own experiences and those developed around CEBIT at MIT. In this book, he predicted how, as had happened with PCs (*Personal Computers*), the same thing would happen with the concept of manufacturing and PFs (*Personal Fabricators*) would appear.

DESIGN AND DIGITAL LANGUAGE

Currently, designers are reflecting on how to find ways to produce and be visible by ourselves. Along with this factor, over the past five years, alternatives to mass production and the different ways of organising the economy are appearing as a cultural, economic and political response to the recession. In order to achieve these aims, there are several readings on the most contemporary culture:

Configuring a personal production and assembly line and personal.

The precursors to this idea are to be seen in projects such as those of designer Christian Fiebig⁵ (2011), which start out with the transformation of flat forms into 3D geometries in the shape of paper, wooden objects, ceramics, etc. reproducing the digital format in structures that are easy to assemble, configuring basic production and assembly lines.

The main and ever more frequent aim of the clear, universal and interactive argument is to speak of personal creation and construction that is easy access and low cost. In this regard, the most experimental format is that of Thomas Maincent⁶, who designed and built *SpiderFarm* (2011-12), a farm with “spiders” that weave cloth, which is already out in version 2.0.

Furthering that interactivity with the idea of “do it yourself” (DIY), where the idea of recovering, recycling and doing it yourself is transmitted... is presented as an alternative to conventional production and the economic recession. The designer Eugenia Morpurgo⁷ did a project on interactive installation with the object of disseminating knowledge on the idea of “repair it yourself” (2011), where the user is equipped with resources for mending a pair of shoes. This concept also emerges with the Mischer Traxler⁸ team, when they present-

ed their *The Idea of a Tree* (2008), a machine that builds an object with variations of colour representing the amount of solar energy used.

Finally, incorporating “soft” technology along with the most accessible and intuitive latest-generation tools, aiding interaction with people. *L’Artisan Electronique* from the Beligan studio Unfold⁹, is another project that involves a scanner and 3D printing on ceramics, imitating the work of a potter, digitally modelling virtually with your hands and physically creating the piece just as we have made it. On the other hand, this brings us nearer to the consumer 2.0 idea.

FIRST CONCLUSIONS: DESIGN AS A KEY FACTOR IN DIGITAL CREATION

For this new system of relationships, the design contributions that are emerging are necessary and key factors:

Its relationship to digital fabrication. The connection between designers and printed pieces could already be seen in the *E-volution* project by MGX in 2009. Since then, through this brand (the *Materialise* division of the company) in collaboration with a large group of internationally renowned designers, products are being made to order with materials made by these systems applied to lighting, decoration and fashion. Over the past five years, there have been hundreds of projects using pieces designed and developed by 3D printers, and so we can appreciate the concept of creation through “digital” design.

Craft Designers. The evolution of design creation is bringing back young creative initiatives with workshops appearing in the Mediterranean area like Domanises, Apparatu, Limoceramics and so on, which resort to the strategic alliance between design and workmanship, becoming part of the craftsman-designer/s pairing, or the designer turned craftsman.

This model coincides with *maker* culture, which covers all kinds of ideas capable of being well built by oneself or in a team.

Translating open-code culture into design. *Open Design* is the latest collaborative tool to move from experimentation to reality with a business format¹⁰. As a result of this reality¹¹, a network community is being triggered that shares digital information on physical products. Closely connected to open code, design sharing (*Peer Design*) is appearing. All of this is very connected to 2.0 business and *Peer Production*¹², as we have ubiquitous availability of production tools. In many cases, it culminates in a complete process, including production, either as producer (in the case of *Unto This Last*¹³ in London) or designer (like the *Open Desk*¹⁴ project, also from London).

Therefore, design nowadays has become an open discipline, where designs are shared. And its innovation, with a large diversity of products, is a process that covers collaboration and globalism.

Manuel Martínez Torán

Professor and Researcher of Design
Polytechnic University of Valencia
www.fablab.upv.es

- 1) MANZINI, E. (2010) *Small, Local, Open and Connected: Design Research Topics in the Age of Networks and Sustainability*, Journal of Design Strategies, Volume 4, No. 1, Spring
- 2) KELTY, C.M. (2008). *Two Bits: The Cultural Significance of Free Software*. Duke University Press
- 3) VON DER GRACHT, H.A. (2008). *The Future of Logistics: Scenarios for 2025*. Col. Einkauf, Logistik und Supply Chain Management. Ed. Gabler Verlag.
- 4) GERSHENFELD, N. (2005). *Fab: the coming revolution on your desktop – from personal Computers to personal fabrication*. Basic Books, New York.
- 5) <http://christianfiebig.de/>
- 6) <http://www.thomas-maincent.com/>
- 7) <http://www.eumo.it/>
- 8) <http://www.mischertraxler.com/>
- 9) <http://unfold.be/pages/projects>
- 10) PÉREZ DE LAMA, J.; GUTIÉRREZ, M.; SÁNCHEZ LAULHÉ, J. M.; OLMO, J.J. (2011). *Fabricación digital, código abierto e innovación distribuida*, in Minutes of the 4th International Meeting on Architectural and Urbanism Research (4IAU), Valencia.
- 11) KLAASSEN, R.; EVERS, L.; TROXLER, P. (2013). *Open Design Now: Why design cannot remain exclusive*. Ed. Bas Van Abel.
- 12) *The Journal of Peer Production* defines it as a mode of production based on common good and focused on voluntary participation and auto-selection of tasks. Examples of this are the collaborative development of free software projects or the creation of the well-known online encyclopaedia Wikipedia.
- 13) <http://www.untothelast.co.uk/>
- 14) OpenDesk is a collaboration between the designers Joni & David Steiner y Development 00 and the team behind the digital fabrication platform FabHub

RODI: Return on design investment

The big change is not so much in the world of design as in the design of the world, of our organisations, businesses... And designers, whether they are entrepreneurs, self-publishers or design managers, are at the epicentre of the current changes, in any discipline, adding value to generate new processes, services, spaces, experiences.

The value of design is in relation to the starting investment. There is always a value, with more or less impact, but it always exists. The RODI

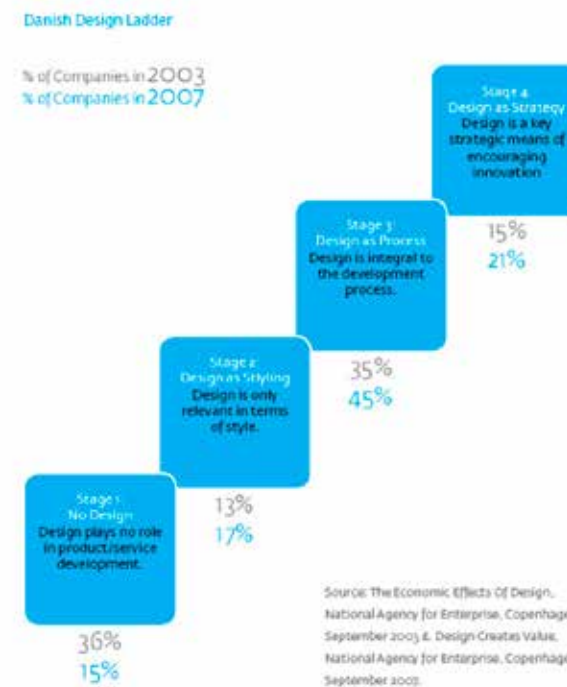
–Return on Design Investment– is always greater than 1. The other is *no design*. Regarding the more than 300,000 companies that have disappeared in Spain over the past few years, we know that they didn’t invest in design, whether that be in redesigning their products, services, identity, communication, etc. When you invest, there is always a return, higher or lower of course, that varies in the case of design depending on expectations and perceptions, and above all on the large range of both

direct and derived parameters. As with any business, the return on investment translates into benefits, which may be financial, ecological, cultural, or a long list of etceteras.

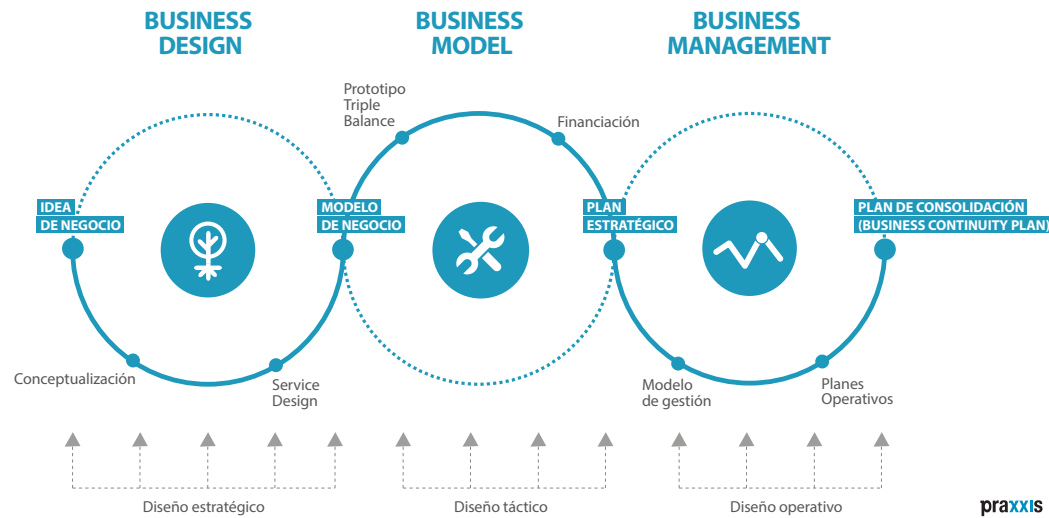
When we want to discover our RODI, the problem starts when we only trust our analytic thought, based on data and evidence, and the past is just repeated, mixing what is important and what is urgent, what is strategic and what is tactical, identity and image, to extremes unsuspected by any designer where the work done, whether it took hours or months, is sentenced by an *I like it* or *I don’t like it*. The more strategic the design is considered to be, the clearer it is for those who are investing in design and the clearer it is for us designers to know *for what* and *how* to add value, and not simply about *what*.

Considering the design as strategic involves redesigning our organisational models and, without a doubt, involves working in a more collaborative and participative fashion, with value proposals not only centred on but also from people, our clients and users. Also key are the design of the business model, the design of a management model, and the design of a sustainable model, with full participation from the designers from the outset and not in the middle of the process or at the end as still happens.

Design is the creation of value, brand visibility, services and prod-



Marketing the new design editors



ucts designed for the user, improvement of processes, experience and differentiation... Measuring return on investment is certainly complicated, but it can be done. We just have to know where to put ourselves: at the *business design*, *business model*, or *business management* phase. According to research, a company with a product selling for €100 on the market can sell it for €20 by investing €50 in design. It means investing in the design of new processes, in redesigning our service, brand, argument. The “€ shop” doesn’t make sense in these new environments. We have to add value in order to survive. Design adds it. You sell at €20 or you close.

According to a study carried out by the Design Council, around 90% of companies that incorporated design recovered their investment in an average of 15 months. 50% recovered their total layout in less than a year. Two of every four com-

panies that have invested in design have opened new national markets and one of every four has gone international.

The main failing of companies in Spain is not having a global vision and, above all, not trusting designers. Many of them are trying to design or redesign their business model, ultimately their value proposal. Design is usually added in a non-cohesive fashion, on the one hand a logo, on the other a sales presentation, or a label stuck on a box – we supposedly have a service without having asked ourselves for what and, even less, for whom. If we don’t ask ourselves basic questions like who our audience are and how they would like to connect with us, not only on a rational level – what we offer, but also on an emotional one – sharing values, then we are relying on luck for the client to perceive the true value of our product or service. Values are those generally

abstract concepts that condition our way of looking, organising, doing business, but they are the essential characteristics by which we will be recognised and remembered.

If we do not consider design as strategic, nothing will happen. Literally nothing will happen. The 300,000 companies that disappeared over the past three years did not reset; they did not redesign their value proposal; they did not understand that their users could have other experience needs. To state that 300,000 companies closed because they did not invest in design is bold, but we do know that no company that did invest strategically in design has disappeared, although many of them have changed... completely.

Laurent Ogel
Director of Praxxis
www.praxxis.es

Last century, Spanish companies producing domestic appliances were small and medium-sized family businesses that managed to sell part of their production to foreign markets by attending the International Furniture Fair in Valencia and occasionally other foreign ones. These few actions satisfied their commercial ambition. These were businesses with means and capital that invested scant resources into marketing and sales.

Nowadays, these same companies, with their possibilities and resources, invest in design, transform proposals into products, and put them into circulation, and they do this not only to improve their profits but also to strengthen their own personality and communicate it efficiently.

This century, on account of circumstances due to the change in the socio-economic and technological environment, new companies have appeared in the habitat-design sector that are creators, not fabricators, of design products for the habitat, and they are beginning to add a touch of modernity to Spain. On many occasions, these new companies start up with more enthusiasm than resources, but they have a

greater capacity for distinguishing themselves: the quality of being different, along with that of being visible, is fundamental in a market that is saturated with icons, images and catchlines from the same old companies.

Competing with established production and creative companies is not simple due to their strong identity and marked design philosophy, but the opportunities arising at this moment in time are very encouraging.

What sales and marketing strategies do the new creators use?

The new creators formed by young multi-disciplinary teams know that social networks act as facilitators and help to extend the consumer’s traditionally passive role, adding it to theirs as a key figure in this new business concept: the *prosumer*, the personification of this consumer that participates actively in the conception of the product, independently of where both parties are located.

Social networks transform the idea that we have of businesses. We are living in a key transition period for corporate culture, where communication barriers are disappearing and boundaries between

the organisation and the client are blurring.

New creators use social networks as their basic promotional tool, not only for the sake of economy but also because it puts them into an environment where there is automatic global access to talent, and they exponentially increase their potential clients. In this same environment, furthermore, ideas multiply around them, as they are simultaneously exposed to countless opinions from all over the world.

On the other hand, creators should know what other channels for communication, distribution and sale as well as point of contact their consumers prefer in each market, apart from internet, as their expansion process grows.

The situation of the sector at a global level shows us a fragmented sector where the survival of new creative companies is through an approach based on focusing on the international market using differentiation and focus as competitive advantages.

Joan Mellen
CEO RED
www.red-aede.es

APPARATU
www.apparatu.com

DVELAS
www.dvelas.com

MAD LAB, EDICIONES DE DISEÑO
www.mad-lab.com

OMELETTE_ED
www.omelette-ed.com

PCM DESIGN
www.pcmdesign.es

RAÚL LAURÍ DESIGN LAB
www.rlauri.com

REDO-ME
www.redo-me.com

SAGENCERAMICS
www.sagencerceramics.com

USAME
www.usame.es

YARUSSI ALVARADO
www.yarussialvarado.com



Apparatu

Joan Mañosa y Aurora Ciria empezaron con el negocio familiar hace 45 años con el nombre de *Art-Foc*, dedicándose a la cerámica artesanal. Xavier Mañosa, hijo de los dos ceramistas, montó en Alemania su estudio y tras cinco años de vivir en Berlín volvió a Barcelona

para replantear y rebautizar junto a la familia el taller de *Art-Foc* en *Apparatu*, un estudio, un taller de cerámica y una pequeña empresa familiar.

Entendemos la artesanía como algo a definir, al menos para nosotros, es una descripción que encaja

Joan Mañosa and Aurora Ciria started the family business making handmade pottery 45 years ago, naming it Art-Foc. Xavier Mañosa, the son of the two potters, set up his studio in Germany and after five years of living in Berlin returned to Barcelona to rethink and

rebrand together with his family, the workshop of Art-Foc in Apparatu, a studio, a pottery workshop and a small family business.

We understand craft as something to be defined, at least for us; it is a description that fits into our philosophy

en nuestra filosofía de investigación y diseño. Se trata de entender, de volver a nuestros orígenes proyecto a proyecto, con éxitos y errores. De momento nos sorprende y nos emociona saber hacer un plato bien hecho.

of research and design. It is about understanding, returning to our origins project by project, with successes and failures. At the moment we are surprised and thrilled at knowing how to make a well made plate.



TOTEMS [2012]

DESIGNED BY Alex Trochut,
Superexpresso, Dvein
& Xavier Mañosa

Es un proyecto realizado en colaboración entre cuatro estudios de diseño español: Alex Trochut, Superexpresso, Dvein y Xavier Mañosa; quienes fueron invitados para representar a España en el Toffie Pop Festival de Cape Town, un festival internacional de diseño, en el que diferentes países presentaban un proyecto libre. Cada estudio diseñó su propio tótem que posteriormente se produjo en *Apparatu*, este proyecto fue el ganador del Primer Premio del Toffie Pop Festival.

It is a project that is carried out in collaboration between four Spanish design studios: Alex Trochut, Superexpresso, Dvein and Xavier Mañosa, who were invited to represent Spain in the Toffie Pop Festival of Cape Town, an international design festival, where different countries presented an open project.

Each studio designed their own totem which was subsequently produced at Apparatu, this project was the winner of the First Prize at the Toffie Pop Festival.



PUSSEL [2013]

DESIGNED BY Xavier Mañosa

Pussel proviene de los puzzles infantiles en volumen, un juego de formas y colores en distintos materiales, que permite crear diferentes formas y funciones. Pussel es un jarrón, una candelabro y una lámpara de aceite.

Las piezas están diseñadas para la empresa Kettal de mobiliario exterior.

Pussel comes from bulky children's puzzles, a set of shapes and colours in different materials, which lets you create different shapes and functions. Pussel is a vase, a candelabra and an oil lamp.

The pieces are designed for the outdoor furniture company Kettal.



EXTRUSION BOWLS [2012]

DESIGNED BY
Guim Espelt i Estopà with Joan and
Xavier Mañosa

A partir de la deformación de un cilindro hueco de barro extrusionado, nos fijamos en las grietas que se generaban. Mediante ensayo y error encontramos la fórmula en el torno, la única forma de conservar dichas grietas era colocar el cilindro en la rueda y tornearse desde el centro hacia el exterior. Al expandirse la masa gris, aparecen en la superficie exterior texturas únicas y aleatorias, dejando el coloreado interior como único elemento controlado.

Using the distortion of a hollow cylinder made from extruded clay, we noticed the cracks that were produced. By trial and error we found the formula on the potter's wheel; the only way to preserve these cracks was to place the cylinder on the wheel and turn it from the centre outwards. As the grey clay expanded, unique and random textures appeared on the outer surface, leaving the coloured inner as the sole controlled element.





PLEAT BOX [2009]

DESIGNED BY
Mashallah & Xavier Mañosa

El concepto de Pleat Box parte de un juego formal, en el que tras diseñar digitalmente la caída del pliegue textil, se aplica la silueta al material cerámico.

El exterior de la lámpara se ofrece en cerámica blanca, marrón, negra, terracota y gris, como resultado de reciclar diferentes esmaltes. El interior es de esmalte blanco brillante, que emite unos destellos que enriquecen la luz de la lámpara, o en esmalte oro generando una luz extremadamente cálida.

The Pleat Box concept starts from a formal game, in which after digitally designing the drop of the fabric fold, a silhouette is applied to the ceramic material.

The exterior of the lamp is available in white, brown, black, terracotta and grey ceramic, as a result of recycling different enamels. The interior is bright white enamel, which shimmers enriching the light from the lamp, or when in gold enamel it creates an extremely warm light.



300 [2012]

DESIGNED BY Joan Mañosa

Edición limitada de 300 jarrones blancos torneados a mano por el maestro Joan Mañosa. Para tornearlos se le pusieron dos condicionantes: el tamaño y que los hiciese mal, buscando el accidente como resultado del proceso.

A limited edition of 300 white vases that are hand turned by the master Joan Mañosa. Two determining factors were given to him to turn them: their size and that he should make them badly, looking for damage as a result of the process.



PELLISC [2012]

DESIGNED BY David Bestué,
Marc Monzó, Joan Mañosa
and Xavier Mañosa

Edición limitada de 100 jarrones torneados por el maestro Joan Mañosa en barro rojo. Tras el proceso y con los jarrones aún húmedos, el joyero Marc Monzó (Barcelona, 1974) pellizca con los dedos cada una de las piezas.

Limited edition of 100 vases turned in red clay by the Master Joan Mañosa. After the process and with the vases still wet, the jeweller Marc Monzó (Barcelona, 1974) pinches each of the pieces with his fingers.



ARQUITECTURAS [2010]

DESIGNED BY
Joan & Xavier Mañosa

Es una colección de jarrones inspiradas en la arquitectura. Referenciando sus materiales y el trabajo artesanal de la construcción, se traducen tres elementos básicos del espacio –zócalo, pared y cornisa– divididos en la estructura de un jarrón –base, cuerpo y cuello–. El resultado es un jarrón cerámico construido, con los mismos materiales y el mismo proceso que se aplica en la arquitectura.

It is a collection of vases inspired by architecture. By associating materials and craftsmanship from building, three basic elements of space –skirting board, wall and cornice– become divided into the structure of a vase –base, body and neck–. The result is a ceramic vase made with the same materials and the same processes that are applied to architecture.





PISSARRO [2006]

DESIGNED BY Xavier Mañosa

Es la primera pieza diseñada para Apparatu. Un simple volumen torneado con un pequeño depósito en su parte superior para contener tizas, la pieza una vez horneada se pinta con pintura de pizarra, transformando el objeto en una pizarra.

It is the first piece designed for Apparatu. A simple turned shape with a small deposit to hold chalks on its upper part, once the piece has been baked it is painted with chalkboard paint, transforming the object into a blackboard.



JOHNNY I [2009]

DESIGNED BY Joan Mañosa

Jarrón torneado a mano en gres blanco. Creado y realizado por Joan Mañosa, que una vez finalizado lo decora con su infinita colección de pegatinas "feas".

Hand turned white stoneware vase. Created and made by Joan Mañosa, who once it is finished decorates it with his endless collection of "ugly" stickers.



SPAGUETTI [2007]

DESIGNED BY John O'Connor

Podría ser un homenaje a las películas del oeste, al cartón piedra, a lo irreal. Un puzzle de cerámica hecho a mano y unido pieza por pieza generando un cactus.

It could be a tribute to westerns, to paper maché, to the imaginary. A handmade ceramic puzzle, joined up piece by piece, which creates a cactus.



COW [2005]

DESIGNED BY Xavier Mañosa

Es una vasija en gres o porcelana, esmaltada solo por el interior y en sus bases, dejando al descubierto la calidez del material. Es un ejercicio formal sobre el botijo y de cómo los pitorros tradicionales cambian de función al trasladarse al otro extremo de la pieza.

It is a stoneware or porcelain vessel, glazed only on the inside and on its bases, leaving the warmth of the material uncovered. It is a formal exercise on the "botijo" (earthenware drinking jug with spout and handle) showing how traditional spouts change their function by moving to the other end of the piece.





Dvelas

Dvelas es una iniciativa para recuperar velas de barco usadas y su reutilización aplicada al diseño contemporáneo.

La colección Dvelas de mobiliario contemporáneo surge como una reacción creativa para reutilizar material desechado procedente de la industria velera. Material que no es bueno para navegar pero que sin embargo posee excelentes cualidades de durabilidad y resistencia.

Las velas de un barco, con el uso van adquiriendo deformaciones y deterioros que las van haciendo menos eficaces para dar una buena

propulsión al velero. Generalmente se cambian por otras de nueva factura para proporcionar una navegación más precisa. Sin embargo mayoritariamente las velas desechadas siguen teniendo su tejido en excelentes condiciones, además de poseer un gran atractivo plástico por sus costuras, refuerzos, ollados, marcas o números y sobre todo por la particular pátina que adquieren con el tiempo.

Los modelos de la colección reivindican la plástica de la vela y utilizan como un camino de inspiración para el diseño las técnicas

de aparejo, la tecnología y forma de hacer de las velerías profesionales. Se evita utilizar el material como un forro y muy al contrario se busca que las telas estén en tensión, de nuevo trabajando como cuando estaban navegando, devolviéndoles de este modo su dignidad.

Cada vela se usa para producir una serie limitada de productos y todos ellos se etiquetan con una inscripción que proporciona información sobre la procedencia de la vela, el puerto de origen, el barco, el tipo de vela, el fabricante original y la numeración de edición.

Dvelas is an initiative for recovering used boat sails and reusing them for contemporary design applications.

The Dvelas collection of contemporary furniture came about as a creative way of reusing material disposed of by the sailing industry. Material that is not good for sailing but that nonetheless has excellent qualities of durability and resistance.

The sails of a boat, with use, become misshapen and suffer deterioration that makes them less efficient for propelling

a sailing boat well. Generally, they are replaced by newly-made ones to give more precise sailing. Nonetheless, most of the sails disposed of still have material in excellent condition, as well as lots of artistic appeal due to the seams, reinforcements, eyes, marks or numbers and, above all, due to the particular patina they acquire over time.

The models in the collection assert the art of the sail and use rigging techniques, the technology and the workmanship of professional sail-makers as

a form of inspiration for design. They avoid using material as lining and, on the contrary, attempt to keep the sails taut, working once more as they would have done when they were sailing, thus returning their dignity to them.

Every sail is used to produce a limited series of products and all of them are labelled with an inscription providing information on where the sail comes from, the port of origin, the boat, the type of sail, the original manufacturer and product number.



TRIMMER [2011]

DESIGNED BY Enrique Kahle

El término “trimar” significa ajustar de una manera precisa el aparejo del barco y el perfil de la vela para cada condición de viento y mar. Los materiales quedan perfectamente “trimados” para conformar el sistema: tubo de hierro o acero inoxidable, cabo de cáñamo y vela recuperada.

The term “trim”, means to precisely adjust a boat’s rigging and the edge of the sail depending on the condition of the wind and sea. The trimmer chair uses three materials; iron tubes, hemp rope and recovered material. All of them are perfectly “trimmed” to create the system.



BARLOVENTO & SOTAVENTO [2011]

DESIGNED BY Enrique Kahle

Barlovento y Sotavento son dos términos opuestos referidos a la dirección del viento. Barlovento es por donde nos incide y sotavento es por donde se va.

La silla B&S está compuesta de una estructura de tubo de aluminio curvado o de madera de elondo, y una tela continua que la recorre. Está inspirada en la audacia que supone que en la navegación a vela, con un mismo viento se puedan lograr rumbos diferentes modificando la posición de las velas.

En la silla la posición de la tela alrededor de la estructura adquiere dos formas diferentes y según como se apoye la estructura sobre el suelo puede ser una silla o una tumbona.

Windward and Leeward are two opposed terms referring to the direction of the wind.

The B&S chair is made out of a curved aluminium tube or elondo wooden structure, with a piece of continuous material that covers it.

It is inspired by the audacity that sailing poses, being able to take different routes with the same wind, just by changing position.

On this chair, the position of the material around the structure takes on two different forms depending on how you place the structure on the floor, and can be either a chair or a deck chair.





**COLGADORES
GARRUCHO Y DRIZA [2011]**

DESIGNED BY Enrique Kahle

Los Garruchos son los mosquetones de bronce que se utilizan en algunas velas antiguas para envergarlas en el stay de proa. Los garruchos recuperados de las velas se anudan a cabos de cáñamo para generar estos expresivos colgadores. Uno estático de pared y el otro dinámico y adaptable a espacios de gran altura.

The Garruchos are the bronze karabiners used in some old sails to attach them to the prow stay. The recovered karabiners are knotted to the hemp ropes to produce these creative hangers. One is a fixed wall hanger, the other is mobile and adaptable to great ceiling heights.

VAURIEN [2011]

DESIGNED BY Enrique Kahle

Vaurien en Francés quiere decir tunante, bribón, granuja, golfo... En náutica es una embarcación de pequeño tamaño muy asequible por sencillez al navegar, un barco muy táctico que ha sido la cuna de grandes regatistas.

El concepto de esta tumbona es utilizar una vela de vaurien para protegernos del sol y el viento. Su forma se consigue armando la estructura con sables de fibra de vidrio que posteriormente son tensados y curvados. La flotabilidad la adquiere mediante una cámara de aire interior.

In French, Vaurien means rogue, rascal, monkey, little devil..... In sailing terms, it is a small, very affordable vessel due to its sailing simplicity, a very agile vessel that has trained great regatta racers.

The concept of this deck chair is to use a vaurien sail to protect us from the sun and wind. Its structure is achieved by plating it with glass fibre pieces, which are then tensed and curved. The floating capacity is acquired through an air compartment in the interior.





BUTACA Y CHESLÓN GENOIS
[2010]

DESIGNED BY Enrique Kahle

Génois es en francés Génova, una vela de gran tamaño colocada a la proa del palo mayor. Con la aplicación de la geometría de un tetraedro en el cosido de estas velas se consigue dotar de respaldo a lo que no es más que una simple bolsa rellena con bolitas de plástico expandido y obtener así la forma de una butaca o un cheslón.

In French, Génois is a large sail placed in the bow of the main mast. Through the geometric application of a tetrahedron in the stitching of these sails, support is provided to what is no more than a simple bag filled with little expanded plastic balls, and thereby achieving the shape of an armchair or a chaise longue.





Mad Lab Ediciones de Diseño

Mad Lab es un sueño de larga trayectoria donde pensamos que todo es posible. Entendemos esta crisis como un gran cambio que debemos hacer las personas para superar esta depresión y llegar al entendimiento a través de valores que nos hacen grandes.

Creemos que el diseño es una herramienta que cubre necesidades y establece emociones en una cadena inseparable entre usuario, diseñador, artesano e industria, de modo que aquel pueda entender todo el proceso y saber cuál es el valor de toda la cadena.

Trabajamos con una filosofía de sostenibilidad en todas sus áreas de negocio, donde los productos

deben de ser duraderos, de calidad contrastada, hechos con materiales certificados y altamente reciclables. Todo ello con una fabricación local y con la visión de un mundo mejor para todos. Nuestra máxima “con lo que tengo, qué puedo hacer” amplía nuestros límites hacia cotas que pensábamos inaccesibles.

Aportamos soluciones de diseño con una mirada diferente. Los objetos están cuidadosamente elaborados por artesanos e industriales, creando valor añadido a la relación diseño –artesano– industria y transmite valores de negocio justo.

Canalizamos los proyectos de diseñadores con talento que no encuentran salida a sus ideas. Para

ello se propone ofrecer una labor formativa de encuentro e intercambio entre diseñadores, artesanos e industriales con el fin de dotar a nuestra comunidad de un tejido productivo que sea capaz de canalizar este nuevo reto que nos hemos planteado. Además, colaboramos con otras empresas promotoras o editoras con el fin de aunar esfuerzos y producir otras sinergias.

En *Mad Lab* hemos creado el espacio *Mad Gallery* un pequeño espacio expositivo de 60 m² que nace con la vocación de convertirse en espacio de exposiciones y encuentro de la cultura del diseño.

Mad Lab is a long term dream where we think that everything is possible. We understand this crisis as a big change that people must make to overcome this depression and reach understanding through the values that make us great.

We believe that design is a tool that addresses needs and emotions in an inseparable chain between user, designer, craftsman and industry, so that the former can understand the process and know what the value of the entire chain is.

We work with a philosophy of sustainability in all areas of business, where products need to be durable, of

proven quality, made with certified and highly recyclable materials. All this, and at the same time making sure they are manufactured locally and with the vision of a better world for all. Our slogan “what can I do with what I have” expands our limits to levels we thought were inaccessible.

We provide design solutions with a different way of looking at things. The objects are carefully made by craftsmen and manufacturers, creating added value to the design – craft – industry relationship and transmitting fair business values.

We channel the projects of talented designers who cannot find an outlet

for their ideas. For this we aim to offer training for common ground and create an exchange between designers, craftsmen and manufacturers in order to give our community a productive fabric to be able to channel this new challenge that we have set ourselves. We also collaborate with other development or publishing companies in order to join forces and produce other synergies.

At Lab Mad we have created the Mad Gallery space, which is a small 60 m² exhibition area that was created to become a space for design culture exhibitions and meetings.



BUTAKITA [2012]

DESIGNED BY
Antonio Serrano Bulnes

Su estructura está realizada íntegramente en madera de fresno o de haya natural maciza, tiene una mirada singular, y un contrachapado de haya o de fresno que recuerdan esos ejercicios de papiroflexia.

Estudiada ergonómicamente para ser muy cómoda, presenta todas las versiones que van desde la silla de comedor a las de *contract*, para hoteles y restaurantes.

Todo su desarrollo ha sido realizado en nuestro laboratorio, así como el asiento y el respaldo laminado en frío con colas naturales.



LIVINGBLOCK [2012]

DESIGNED BY
Antonio Serrano Bulnes

Its structure is made entirely of ash or solid natural beech, it has a unique look, and a veneer of beech or ash that remind us of those origami exercises.

It has been ergonomically researched to be very comfortable, and has versions ranging from dining chair to those for contract, in hotels and restaurants.

All its development has been conducted at our laboratory, and the seat and back are cold rolled with natural glues.

Esta familia de productos está pensada desde los valores de sostenibilidad y reciclado, dos factores muy importantes para la empresa. La propuesta es hacer un producto que no tenga ningún mecanismo o herraje, con uniones a cola y acabados con ceras naturales, donde la artesanía juega un gran papel. Se ha buscado que los materiales utilizados en su fabricación sean de procedencia local, pino y roble del país, mientras que el tablero hecho con retales de madera maciza y con uniones *finger joint*, le dan un aspecto de mapeado y aportan el valor de madera natural sin un gasto excesivo de recursos.

This family of products is designed from the values of sustainability and recycling, two very important factors for the company. The proposal is to make a product that has no mechanism or metalwork, with glued joints and natural waxed finishes, where craftsmanship plays a big role. The materials used in their manufacture have been locally sourced using native pine and oak, while the top is made from solid wood scraps and finger joints, which give it a mapping texture and provide the value of natural wood without an excessive amount having to be spent on resources.





TREETABLE [2012]

DESIGNED BY

Antonio Serrano Bulnes

De todas las bondades que tiene una mesa circular la que más atrae es la posición igualitaria de todos los comensales. Estas mesas presentan una cualidad significativa, con una misma pieza se conforma una mesa de tres patas, estable, sobria, robusta, que puede soportar tapas de vidrio de grandes diámetros, hasta 1,70 m. Fabricada en madera de haya y fresno con acabado natural y nogal en todas las versiones, tanto para la mesa alta como para la de centro.

Although a round table has many advantages, its most appealing is that it seats all diners equally. These tables show great quality, a three-legged table is formed from a single piece, which is stable, simple and strong, and can withstand large diameter glass lids of up to 1.70 m. It is made from beech and naturally finished ash and walnut in all versions, both for the high counter table as well as for the coffee table.



WORKING [2012]

DESIGNED BY

Antonio Serrano Bulnes

Esta colección parte de la idea de un pupitre para trabajar en casa. Tiene una línea muy ligera y algunas reminiscencias al *meuble a secret* y la era posindustrial. Al tener dos caras iguales posibilita compartir el espacio de trabajo dos personas y situar la mesa en espacios intermedios o de separación de ambientes, es una mesa que no busca una pared para encontrar su sitio, sino que lo encuentra en cualquier parte del hogar. El plano quebrado de trabajo nos sugiere aquellas mesas de oficina donde, por un lado se acumulaba papel y por el otro salía el trabajo realizado (*in-out*), propias de la organización laboral del siglo pasado. Incluye dos grandes cajones y dos planos inferiores de estante para depositar todo aquello que necesitemos para trabajar.

*This collection is based on the idea of a school desk to work at home. It has a very lightweight line and reminds us of a *meuble a secret* and the post-industrial era. Having two identical faces it makes it possible for two people to share the workspace and position the table in-between spaces or to separate rooms, it is a table that does not need a wall to find its place, but finds it anywhere in the home. The broken-up work layout reminds us of those office tables where on one side all the papers were piled up and on the other the work carried out went out (*in-out*), relating to how work was organised in the last century. It includes two large drawers and two lower shelves to put everything we need to be able to work.*





TREETABLE [2012]

DESIGNED BY
Antonio Serrano Bulnes

Esta mesa recuerda los enramados de los plátanos de sombra en los pueblos de Castilla donde los árboles parecen hermanarse con el fin de dar cobijo a los paseantes. Un entrelazado sin encastrados ni ajustes que le da una presencia única. Esta es la versión tricolor para mesa alta y de centro.

This table reminds us the bowers of plane trees in the towns of Castile, where trees seem to fraternize in order to provide shelter to passers-by. It has a weave without inserts or adjustments, which gives it a unique presence. There is a tricolour version for the high counter and coffee table.



STEELTABLE [2011-2012]

DESIGNED BY
Antonio Serrano Bulnes

“Si sabes escuchar lo que el objeto te propone como solución obtendrás los mejores resultados y tu producto saldrá reforzado”.

“If you know how to listen to what the object is suggesting as a solution you will get the best results and your product will be strengthened.”



HOUSES [2012]

DESIGNED BY
Antonio Serrano Bulnes

Representa un espacio lúdico, de humor, donde se encuentran los símbolos y las formas que representan el espacio privativo donde se guardan nuestras almas. Es también un espacio de uniones, de encuentros y de relaciones entre los distintos elementos para formar otras casas. Cada elemento en sí mismo es una casa, no una casa cualquiera, nuestra casa, donde reina el silencio de nuestra intimidad. Está fabricado artesanalmente en nuestro laboratorio, en madera maciza de roble con uniones *finger joint*, con un acabado superficial de cera natural.

This represents a fun space, with humour, where there are symbols and shapes that represent the private areas where our souls are kept. It is also a space for unions, meetings and relationships between the various elements to create other houses. Each element in itself is a house, not just any house, our house, where the silence of our privacy reigns. It is made by hand at our laboratory, in solid oak with finger joints with a natural waxy surface finish.





Omelette_ed

Omelette-ed es una nueva editora de accesorios para el hogar creada en el año 2011 por tres jóvenes diseñadores, que decidieron apostar por ellos mismos con el propósito de proyectar la ilusión por el buen diseño.

El objetivo de *Omelette-ed* es ofre-

cer una nueva perspectiva del diseño a través de su propio estilo, humano y cercano. Bajo esta marca se podrán encontrar toda clase de productos, desde espejos recargables hasta un frutero que puede variar su tamaño o encontrar unos simples y bellos contenedores de alimentos. Un am-

plio abanico de productos siempre bajo los principios de simpleza y honestidad.

Todos sus productos están hechos en España.

Un buen diseño de producto es aquel que resiste el paso de los años.

Omelette-ed is a new publisher of home accessories created in 2011 by three young designers, who decided to start up by themselves in order to showcase the excitement of good design.

The *Omelette-ed* objective is to offer

a new design outlook using its own warm and friendly style. All sorts of products can be found under this brand, from rechargeable mirrors to a fruit bowl that can change its size together with some simple and beau-

tiful food containers. A wide range of products provided under the principles of simplicity and decency.

All their products are made in Spain.

A good product design is one that stands the test of time.





y página anterior and previous page



MAMUT [2011]

DESIGNED BY La Mamba

Se define frutero como recipiente que sirve para llevar o contener fruta. Eso es ni más ni menos *Mamut*, un frutero-*bowl* que permite variar el tamaño de su contenedor en función del número de vueltas que se le den a la bola de madera, adaptándose a la tipología y volumen de la fruta o verdura. Realizado en madera de haya y plancha de polipropileno permite un fácil montaje y desmontaje, pudiendo ser lavado cómodamente en caso de ser necesario.

A fruit bowl is defined as a container used to carry or contain fruit. That is nothing short of Mamut, a fruit-bowl whose container can change in size depending on the number of turns given to the wooden ball, adapting it to the type and shape of the fruit or vegetable. Made from beech wood and polypropylene plate it allows easy assembly and disassembly, and can be washed easily if necessary.

MIRRORS [2011]

DESIGNED BY La Mamba

Colección de dos espejos de pie que permiten apoyarse sobre cualquier superficie horizontal gracias a las patas de corcho que evitan su deslizamiento. En la parte posterior dispone de un orificio para ser anclado sobre la pared como si de un cuadro se tratase.

A collection of two standing mirrors that can stand on any horizontal surface thanks to their cork legs which prevent them from sliding. There is a hole in the back so it can be fixed to the wall as if it were a picture.





DALTON [2012]

DESIGNED BY La Mamba

Dalton es una colección de contenedores de alimentos secos diseñados a partir de la reinterpretación y adaptación de los antiguos contenedores de caramelos al mundo del almacenamiento alimentario. Se caracterizan por su curioso sistema de apertura y por su simpleza formal que permite colocarlos en cualquier lugar a modo de elemento decorativo sin dejar de lado su funcionalidad. Su inclinación de 20°, a modo de ramificación, permite una mejor ergonomía de uso a la hora de verter su contenido. Se encuentran disponibles en tres dimensiones para almacenar diferentes tipos de alimentos: azúcar, arroz, té, legumbres...

Dalton is a collection of dry food containers designed from reinterpreting and adapting old candy containers to the food storage world. They are characterised by their curious opening system and their formal simplicity which allows them to be put anywhere as a decorative element without neglecting their functionality. Their 20° slope, like a branch, allows better ergonomic use when pouring. They are available in three sizes to store different types of foods: sugar, rice, tea, legumes...

BRANCHES [2012]

DESIGNED BY La Mamba

Branche es una simpática colección de salero y pimentero cuyas formas nos recuerdan las ramificaciones de los árboles. Su simpleza y elegancia formal definen a este salero y pimentero de interesantes formas geométricas.

Branche is a fun collection of salt cellars and pepper pots whose shapes remind us of the branches of the trees. Their simplicity and formal elegance define this interesting geometric shaped salt cellar and pepper pot.





REENO [2014]

DESIGNED BY La Mamba

Lámpara de suspensión, hecha en resina con detalles en madera de nogal, pensada para espacios colectivos así como para el hogar.

A hanging lamp, made of resin with details in walnut, designed for collective spaces as well as for the home.



PARALLELS [2012]

DESIGNED BY La Mamba

Parallels es un sencillo reloj analógico de pared inspirado en el concepto del reloj de sol, donde las sombras que proyecta un gnomon sobre una superficie definen las horas. A partir de ese concepto y realizando una interpretación del mismo, surge el reloj *Parallels*, cuyo diseño permite gracias a la colocación de unos planos inclinados en la superficie, la aparición de sombras, las cuales nos indican los puntos horarios. El reloj *Parallels* puede ser colocado con los planos inclinados en horizontal o vertical, en función de cómo sea la entrada de luz en la habitación donde se coloque, con la finalidad de que se vean mejor los puntos horarios por el contraste de luces y sombras.

*Parallels is a simple analogue wall clock inspired by the concept of the sundial, where the shadows cast by a gnomon on a surface set out the hours. Using this concept, and carrying out an interpretation of it, comes the *Parallels* clock, whose design allows shadows to appear, indicating the hour dots, by placing sloped faces on the surface. The *Parallels* clock can be positioned with the sloped faces being either horizontal or vertical, depending on the light in the room where it is placed, in order to see the hour dots better due to the contrast of light and shadow.*





PCM Design

PCM es una editora de diseño española creada en el año 2011 en busca de productos de diseñadores con un inmenso talento que se han formado en las mejores escuelas de diseño. Paloma Cañizares, arquitecta y fundadora intenta crear una marca que

muestre la exquisita sensibilidad del diseño sencillo, inteligente y atemporal de nuestra época. La selección de nuestro producto tiene una fuerte relación con las posibilidades tecnológicas y artesanales locales. Creemos que España es un país que tiene

un gran potencial como fabricante en el mundo del diseño, por lo que nuestros proyectos buscan mostrar con una nueva visión un país lleno de tradiciones.

PCM is a Spanish design publisher that was created in 2011 to search for products from designers with an immense talent who have trained in the best design schools. Paloma Cañizares, architect and founder is trying to create

a brand that shows the stylish sensitivity of simple, smart and timeless design of our time. The selection of our product has a strong relationship with technological possibilities and local handicrafts. We believe that Spain is

a country that has great potential as a manufacturer in the world of design, so our projects seek to show a new vision of a country that is full of traditions.

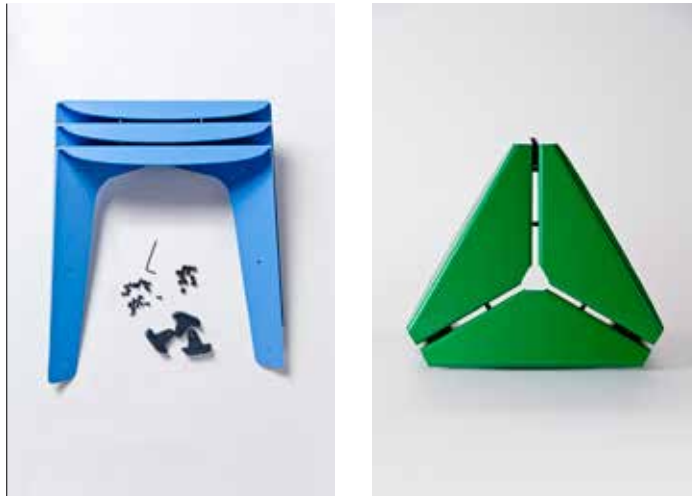


97 METER VENEER [2013]

DESIGNED BY mischer'traxler

Serie limitada de contenedores de contrachapado de roble fabricada por una máquina específicamente pensada para pintar la madera mientras se construye la pieza. Cada contenedor tiene un color único.

A limited edition of oak plywood containers, manufactured by a machine that is specifically designed to paint wood while the piece is still being constructed. Each container has a unique colour.



ARRAY [2008]

DESIGNED BY Tomas Kral

Taburete basado en la repetición de una sencilla forma geométrica triangular. Las piezas de aluminio cortadas a laser y plegadas se unen por medio de piezas atornilladas.

Stool based on the repetition of a simple triangular geometric shape. The aluminium laser cut and folded pieces are joined together using bolted pieces.



Photo: Ezio Manciucca

SOBA [2012]

DESIGNED BY Dunja Weber

Silla con estructura de varilla de aluminio y trenzado de PVC, es apilable y de exteriores. *Soba* es la primera silla de PCM que sale al mercado.

Chair with an aluminium rod structure and PVC weave, it is stackable and for outdoor use. Soba was the first chair from PCM to hit the market.





TERRACOTA [2011]

DESIGNED BY Tomas Kral

Colección de lámparas de cerámica fabricada en la región de donde son originales los botijos españoles.

A collection of ceramic lamps made in the region from where Spanish "botijos" (earthenware drinking jug with spout and handle) originate.



PLUG [2008]

DESIGNED BY Tomas Kral

Proyecto que parte de la relación de una botella y su tapón. La relación entre dos materiales vidrio y corcho que se encajan.

A project that starts from the relationship of a bottle and its cap. The relationship between two materials, glass and cork, which fit together.



REVERSED VOLUMES [2010]

DESIGNED BY mischer'traxler

Reversed Volumes es una colección de cuencos de resina diseñada por mischer'traxler. Se rellena el espacio entre un recipiente y una fruta/hortaliza quedando las distintas superficies representadas con todo detalle.

Reversed Volumes is a collection of resin bowls designed by Mischer'Traxler. The space between a vessel and a fruit/vegetable is filled leaving the different surfaces depicted in finest detail.





21 CANDLE HOLDERS [2012]

DESIGN DECORATION

BY Tomas Kral

En enero de 2012, Rossana Orlandi le pidió a PCM adaptar la colección *Reused History* a su uso original del siglo XIX: pantallas de quinqués. El resultado es un proyecto de 21 piezas diferentes de cristal soplado y tallado realizado en La Real Fábrica de Cristales de La Granja de San Ildefonso (Segovia, España) que se presentó en el Spazio Rossana Orlandi, durante el Salón del Mueble de Milano de 2012.

In January 2012, Rossana Orlandi asked PCM to adapt the Reused History collection to its original 19th century use: oil lamp shades. The result is a project of 21 different blown and carved glass pieces made at the Royal Glass Factory of La Granja de San Ildefonso (Segovia, Spain), which were exhibited at Spazio Rossana Orlandi during the Salone del Mobile in Milan, 2012.

REUSED HISTORY [2011]

DESIGNED BY Tomas Kral & PCM

Iniciativa que pretende dar a conocer el legado artesanal del vidrio en España desde un punto de vista contemporáneo. El proyecto consta de una serie de jarrones y una cristalería sacadas de antiguos moldes de finales de siglo XIX.

Initiative that seeks to make known the legacy of handcrafted glass in Spain from a contemporary perspective. The project consists of a series of vases and glassware that are taken from late 19th century moulds.





Raúl Laurí Design Lab

Raúl Laurí Design Lab nace con la intención de encontrar nuevas formas de diseñar a partir del aprovechamiento de desechos cotidianos y de su valor emocional. En este caso, se ha elegido el café, por ser un producto cercano, conocido y consumido mundialmente. Además, el café es un gran portador de experiencias, a diario suceden miles de historias alrededor de una taza de café, entonces, ¿por qué desahucarnos de un producto tan valioso si podemos aprovechar sus aspectos emocionales?

Nuestro trabajo consiste en buscar nuevos caminos sostenibles, pro-

ducimos objetos que son capaces de emocionar al usuario, siempre buscando la simplicidad y esencia en cada proyecto.

La editora *Raúl Laurí Design Lab* se encarga del diseño y autoproducción de las piezas, está a medio camino entre taller artesanal y laboratorio experimental. Ésta es la esencia y cercanía que queremos transmitir, ya que todas las piezas llevan ese toque humano, y en ocasiones aportan matices esculturales un tanto artísticos. En nuestro taller se cuidan los más mínimos detalles que consiguen despertar las emociones del usuario.

El objetivo a medio plazo, es dar a conocer nuestros productos en todo el mundo generando así una demanda que nos permita aumentar la producción y el personal cualificado alrededor de este proyecto, además esto nos ayudaría a seguir con la investigación de nuevos proyectos ya iniciados, los cuales necesitan de inversión para seguir adelante y llevarlos a cabo.

Gran parte del esfuerzo actual se centra en la comunicación y red de distribución, que serán claves para el éxito del proyecto.

Raúl Laurí Design Lab was created with the intention of finding new ways of designing by using everyday waste together with its emotional value. In this case, coffee was chosen, as it is a familiar product that is well-known and consumed throughout the world. Coffee is also a great carrier of experiences, thousands of stories occur daily over a cup of coffee, so why get rid of such a valuable product if we can harness its emotional features?

Our job is to find new sustainable ways; we produce objects that are able

to excite the user, always looking for simplicity and essence in each project.

The publisher *Raúl Laurí Design Lab*, which is responsible for the design and self-production of the pieces, is halfway between a traditional workshop and a research laboratory. This is the essence and familiarity we want to convey, as all the pieces bear that human touch, and sometimes provide sculptural nuances that are slightly artistic. Every detail that manages to arouse the user's emotions is taken care of at our workshop.

The medium-term objective is to make known our products throughout the world thus generating a demand that allows us to increase production and qualified staff in this project, and this would also help us to continue into the research of new projects that have already started, which need investment to go ahead and carry them out.

Much of the current effort focuses on communication and the distribution network, which will be key to the project's success.





↓ y página anterior and previous page

ZAJI [2012]

DESIGNED BY Raúl Laurí

Lámpara de pie realizada con decafé, con patas de madera de haya. Gracias a su gran tulipa invita al usuario a tocarla y así, poder descubrir nuevas sensaciones con su textura y ligero aroma a café. Su luz tenue es ideal para crear un ambiente de tranquilidad.

Floor lamp made from decafé with beech legs. Thanks to its large tulip shape it entices the user to touch it and thus be able to discover new sensations with its texture and light coffee aroma. Its soft light is ideal for creating a peaceful atmosphere.



KOJI [2012]

DESIGNED BY Raúl Laurí

Koji interpreta el momento relajante de tomar café. El usuario puede interactuar con ella, despertando así nuevas sensaciones. La intensidad de su luz cambia según el tipo de movimiento y se apaga al estar boca abajo.

Koji interprets the relaxing time of drinking coffee. The user can interact with it, thus arousing new sensations. The intensity of its light varies with the type of movement and it turns off when it is placed upside down

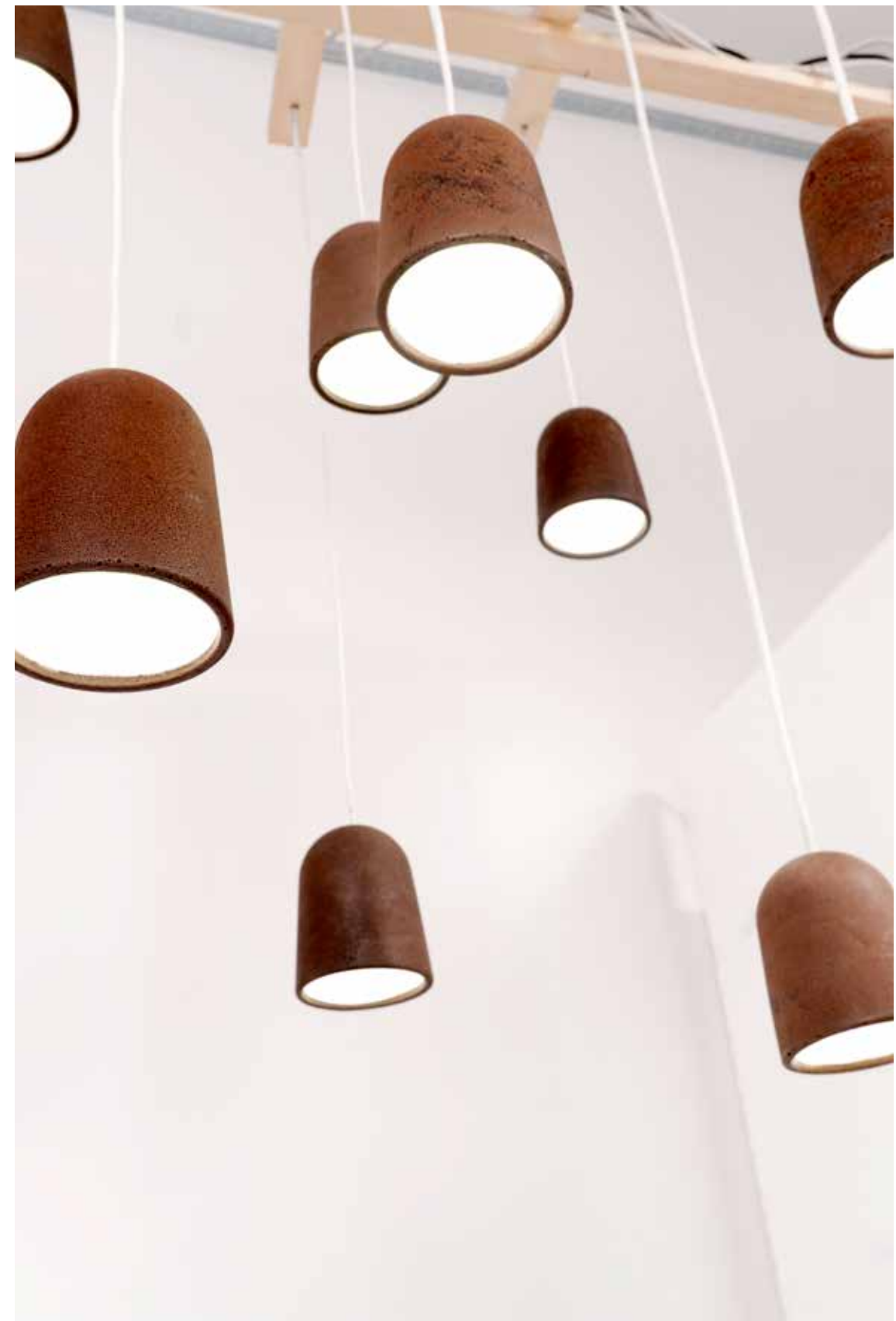


KOJI S [2012]

DESIGNED BY Raúl Laurí

Gracias al material y su elaboración artesanal hacen que cada lámpara sea única, con acabados exclusivos. Al tocarlas, su suave calor y aroma nos traen el recuerdo de una taza de café caliente.

Thanks to the material and craftsmanship, this makes each lamp one of a kind, with unique finishes. On touching them, their gentle warmth and aroma remind us of a hot cup of coffee.





ALIKA [AÑO]

DESIGNED BY Raúl Laurí

Los cuencos *Alika* realizados en *decafé*, nos recuerdan con su carácter a las culturas relacionadas con el café. Su envase deja el producto al descubierto para acercarse al usuario y mostrar su textura y aroma.

Alika bowls are made from decafé, they remind us of cultures that are related to coffee with their character. Their packaging leaves the product exposed to get closer to the user and display its texture and aroma.

IANA [2013]

DESIGNED BY Raúl Laurí

Iana propone una mejora a la hora de colgar prendas delicadas y complementos. Su espejo invita al usuario a acercarse para una mayor conexión con el producto, y lo ayuda con los últimos retoques antes de salir de casa.

Iana sets an improvement when it is time to hang delicate clothes and accessories. Its mirror invites the user to move closer to get a better connection with the product, and help them with the final touches before leaving home.





KAMARIA [2012]

DESIGNED BY Raúl Laurí

Kamaria es un ejemplo de fuerza y carácter, ella demuestra la fuerza y calidad del material con la que está realizada: *decafé*. La belleza de esta lámpara se refuerza en espacios amplios y de interior.

Kamaria is an example of strength and character, it demonstrates the strength and quality of the material from which it is made: decafé. The beauty of this lamp is reinforced in large indoor areas.



SCULPTURAL CANDLE HOLDER [2013]

DESIGNED BY Raúl Laurí

Es un soporte para velas de té con una línea muy pura. Su proceso artesanal nos aporta formas especiales y alturas distintas. Además el calor de la vela potencia el aroma a café del material.

It is a tea candle holder with a very pure line. Its handcrafted process gives us special shapes and different heights. Furthermore the heat from the candle strengthens the coffee aroma of the material.





Redo-Me

redo-me surgió como una manera de repensar las posibilidades de trabajo de nuestro estudio de arquitectura. El modelo de autoencargo, que pusimos en marcha nos permitió trabajar con las partes del diseño que más nos atraen: la investigación y el proceso, al tiempo que nos permitía controlar todas las fases de ese desarrollo, desde el diseño del sistema y la realización de la patente, al diseño de la producción, el embalaje o la propia página web y la gráfica.

redo-me es por tanto el resultado de un trabajo preciso e innovador que ha dado como fruto una respuesta a una necesidad que sentíamos como existente: la variabilidad

y transformación de un mueble a lo largo del tiempo con las mismas piezas.

La filosofía de lo transformable ahonda en el territorio de lo sostenible, las tres R de la sostenibilidad; reducir, reutilizar y reciclar. Un mueble transformable, que puede ser ampliado, dividido, extendido o reconfigurado. Sólo tendremos que reordenar de un modo diferente las piezas para volver a estrenarlo. Un sistema de mobiliario producido en plexiglás transparente o traslúcido y en madera contrachapada de abedul acabada en laminados de alta presión.

El sistema está formado por tres piezas distintas, que agrupadas en

kits S, M o L, permiten ser montadas en múltiples disposiciones diferentes. Para unir las se ha ideado un sencillo juego de tensores roscados adaptables que pueden ajustar su longitud a las necesidades de cada configuración.

Nuestro objetivo como incipiente editora de diseño es ofrecer nuevos productos dentro de esta filosofía de sistemas transformables, de hecho el nuevo producto *tools*, pinzas de cocina intercambiables, se ha pensado en esa dirección. Crecer poco a poco para poder mantener los niveles de alta calidad que acompañan desde el principio todo lo que sale de nuestras manos.

Redo-me came about as a way of rethinking the possibilities of work at our architecture studio. The self-ordering model, which we set up, allowed us to work with design parts that most appeal to us: research and the process, while allowing us to control all phases of this development, from the system's design and carrying out of the patent, to the production design, packaging or the website itself and graphics.

Redo-me is therefore the result of precise and innovative work that has resulted in response to a need we felt existed: variability and transformation of furniture over time using the

same pieces.

The philosophy of the transformable delves into sustainability territory, the three R's of sustainability; reduce, reuse and recycle. Transformable furniture that can be expanded, divided, extended or reconfigured. We only have to re-arrange the pieces in a different way to be able to use it as if it were the first time. A furniture system produced in transparent or translucent plexiglass and birch plywood finished in high pressure laminates.

The system consists of three different pieces, which grouped into S, M or L kits, allow it to be assembled in

many different arrangements. Simple screw-type clamps have been designed to join them up, which are adapted according to the length and needs of each configuration.

Our goal as a fledgling design publisher is to offer new products within this philosophy of transformable systems, in fact the new tools product, interchangeable kitchen tongs, have been thought of with this in mind. To grow slowly in order to maintain high quality levels that has accompanied everything that we have produced from the start.



SYSTEM [2011]

DESIGNED BY redo-me

Tres asientos configurados con los kits S, M & L. Las piezas están realizadas en contrachapado de abedul, un material laminado fenólico de 21mm de espesor y acabado a dos caras con laminados a alta presión en diferentes colores. Se entrega acabado con barniz cera ecológico satinado.

System es un sistema –componible y transformable– que permite adaptar los objetos a distintos usos para aumentar su ciclo de vida. Esto se logra con un verdadero compromiso con las tres R de la sostenibilidad al reducir al máximo el número de elementos y de materiales empleados, reutilizar la mayor cantidad de veces el producto final creando distintas configuraciones, y cumplir con todos los protocolos de reciclado.

Three seats put together with S, M & L kits. The pieces are made in birch plywood, a laminated phenolic material that is 21mm thick and finished on both sides with high pressure laminates in different colours. It is delivered with an ecological satin wax varnish finish.

Sitame is a reconciliable and transformable system that allows objects be adapted to different uses to increase their life cycle. This is achieved with real commitment to the three Rs of sustainability by reducing to the utmost the number of elements and materials used, reusing the final product the greatest number of times by creating different shapes and forms, and fulfilling all the recycling protocols.



SYSTEM [2011]

DESIGNED BY redo-me

Esta silla es una de las 30 posibles configuraciones que permite armar el kit Sitame L, como por ejemplo, sillas altas y bajas, taburetes con distintos formas y alturas, mesas auxiliares...

This chair is one of the 30 possible combinations that you can assemble with the Sitame L kit, such as for example, high and low chairs, stools with different shapes and heights, side tables...



SYSTEM [2011]

DESIGNED BY redo-me

Kit sitame embalado en su maleta laminada de cartón.

Sitame kit packed in its laminated cardboard suitcase.

SYSTEM [2011]

DESIGNED BY redo-me

Mecedora con respaldo alto realizada en abedul laminado gris oscuro. Este asiento se configura con dos kits de extensiones, un kit vai para mecerse y otro foot para apoyar los pies.

High-backed rocking-chair made in dark grey birch plywood. This seat is made from two extension kits, a vai for rocking and another foot for supporting your feet.



SYSTEM [2011]

DESIGNED BY redo-me

El sistema permite unir varios kits entre si para formar muebles de mayor tamaño. Banco formado por dos sitame M en abedul laminado lemon. El kit básico sitame (silla, taburete, mesa) se ofrece en tres anchos S, M y L de 26, 38 y 50cm.

The system allows multiple kits to be joined together to form larger furniture. Bench formed by 2 sitame M in lemon laminated birch. The basic sitame kit (chair, stool, and table) is available in three widths S, M and L of 26, 38 and 50cm.





SYSTEM [2011]

DESIGNED BY redo-me

Butaca baja con brazos, creada con el kit Sitame L y un kit de extensiones. Estos kits permiten alargar respaldos, asientos... para personalizar cada producto.

Low stool with arms, created with the Sitame L kit and an extension kit. These kits allow backs, seats, etc. to be made longer so you can personalise each product.



SYSTEM [2011]

DESIGNED BY redo-me

Revistero creado con el kit Sitame S, se presenta en contrachapado de abedul con acabado HPL en color, metacrilato transparente o traslúcido.

Magazine rack created with the Sitame S kit. It is made of birch plywood with a HPL finish in colour, translucent or transparent methacrylate.



TUBES [2013]

DESIGNED BY redo-me

Tubes es un sistema de contenedores –reversibles y apilables– de alimentos. Están realizados en metacrilato transparente en dos diámetros –70 y 100 mm– y dos alturas diferentes, se cierran mediante una pieza que funciona como tapa, fondo, asa y, que además, permite comprimir el producto para una mejor conservación. Fabricadas en Valchronat se presentan en amarillo, naranja, azul y negro, acabadas con barniz al agua ecológico e inocuo.

Tubes is a reversible and stackable food container system. They are made in transparent methacrylate in two diameters –70 and 100 mm– and two different heights, they close using a piece that works as a lid, base, handle and that, furthermore, allows the product to be compressed for better preservation. Made in Valchronat, they are available in yellow, orange, blue and black, and finished with an ecological and harmless water varnish.





TOOLS [2012]

DESIGNED BY redo-me

Tools es un sistema de pinzas de cocina que permiten ser combinadas entre si o utilizadas individualmente. Fabricadas íntegramente en laminado de abedul, se ofrecen cinco versiones para diversos usos.

Tools is a kitchen tongs system that allows them to be joined together or used individually. Made entirely of laminated birch, there are five versions for different uses.





Sagenceramics

Sagenceramics nace íntimamente ligada a *La Cerámica Valenciana de José Gimeno*, una empresa familiar dedicada a la fabricación de cerámica artesanal, creada a principios del siglo XX en Manises (Valencia), que trabaja en diferentes campos de aplicación de la cerámica y ha recibido el Premio Nacional de Cerámica en el 2012.

En 2004 y bajo la iniciativa de Nieves Contreras, diseñadora, Vicente Gimeno, director y María José Gimeno, directora financiera, se crea *Sagenceramics*.

Esta nueva editora permite el lanzamiento de una colección de diseño contemporáneo de objetos fabricados de forma artesanal, cuyo principal objetivo es la valoración

de las técnicas tradicionales y la difusión de piezas de diseño fabricadas localmente.

El trabajo con proveedores locales está también encaminado a desarrollar una economía local y un desarrollo económico en la región. Con una clara vocación innovadora y experimental, colabora con jóvenes diseñadores, editando piezas en pequeñas series.

La editora posee el saber hacer de la cerámica tradicional, y su finalidad es hacer perdurar esta tradición, experimentando con diferentes técnicas, materiales y tipologías de productos. Piezas que nos invitan a soñar, a jugar, a inventar nuevas funcionalidades...

Los objetivos a corto plazo son

el lanzamiento de una tienda de venta online, a medio y largo plazo es conseguir distribuidores fieles que puedan hacer llegar nuestros productos a un público en busca de autenticidad, conseguir notoriedad y ser referencia en este tipo de productos de diseño artesanal.

El crecimiento de la editora, dado su carácter artesanal, es limitado. El objetivo es desarrollar una colección coherente, de calidad, y cada vez más amplia, dar la posibilidad a jóvenes diseñadores de expresarse a través de este material, realizar ediciones limitadas, experimentos, así como talleres para acercar el mundo de la artesanía al público en general.

Sagenceramics was founded with a close link to La Cerámica Valenciana de José Gimeno, a family business dedicated to the manufacture of handmade pottery, created in the early 20th century in Manises (Valencia), and works in different fields of pottery and received the National Ceramics Award in 2012.

In 2004, Sagenceramics was created under the initiative of Nieves Contreras, designer, Vicente Gimeno, director and María José Gimeno, financial director.

This new publisher allowed a contemporary design collection of objects made by craftsmen to be launched, whose main objective was to enhance

traditional techniques and disseminate locally produced design pieces.

Working with local suppliers' means it also designed to help develop the local economy and economic development in the region. With a clear innovative and experimental focus, it works with young designers, publishing pieces in small series.

The publisher has the know-how of traditional pottery, and its purpose is to make this tradition last, experimenting with different techniques, materials and types of products.

Pieces that invite us to dream, play, invent new functions...

The short-term objectives are launching an online retail store, the

medium and long term is to obtain loyal distributors who can make our products reach an audience in search of authenticity, attain renown and be a reference in this type of handcrafted design products.

The publisher's growth, given its handcrafted character, is limited. The aim is to develop a coherent quality collection, which will become much larger, giving young designers the opportunity to express themselves through this material, making limited editions, experiments and workshops to bring the world of crafts to the public in general.



BANY! [2006]

DESIGNED BY Nieves Contreras

Es un jarrón para flores, que posee un desagüe en el fondo de forma que se puede cambiar el agua con solo quitar el tapón. Las flores disfrutan así de un baño con toda tranquilidad.



This is a flower vase, which has a drain at the bottom so that water can be changed just by removing the cap. The flowers thus enjoy a soak in peace.

OVNI [2008]

DESIGNED BY Frédéric Lintz

Un platillo volante, arquetipo del Ovni de los años '50, para utilizar como huevera en desayunos extraterrestres.

A flying saucer, archetype of the '50s UFO, which can be used as an egg cup for alien breakfasts.



ORONETES [2011]

DESIGNED BY Nieves Contreras

Una casita de pájaros en cerámica para el exterior, ya sea en el balcón, en la terraza o en el jardín, su forma hexagonal y los acabados en múltiples colores permiten una infinidad de combinaciones.

A ceramic bird house for use outdoors, either on the balcony, on the terrace or in the garden; its hexagonal shape and finishes in multiple colours allow for endless combinations.

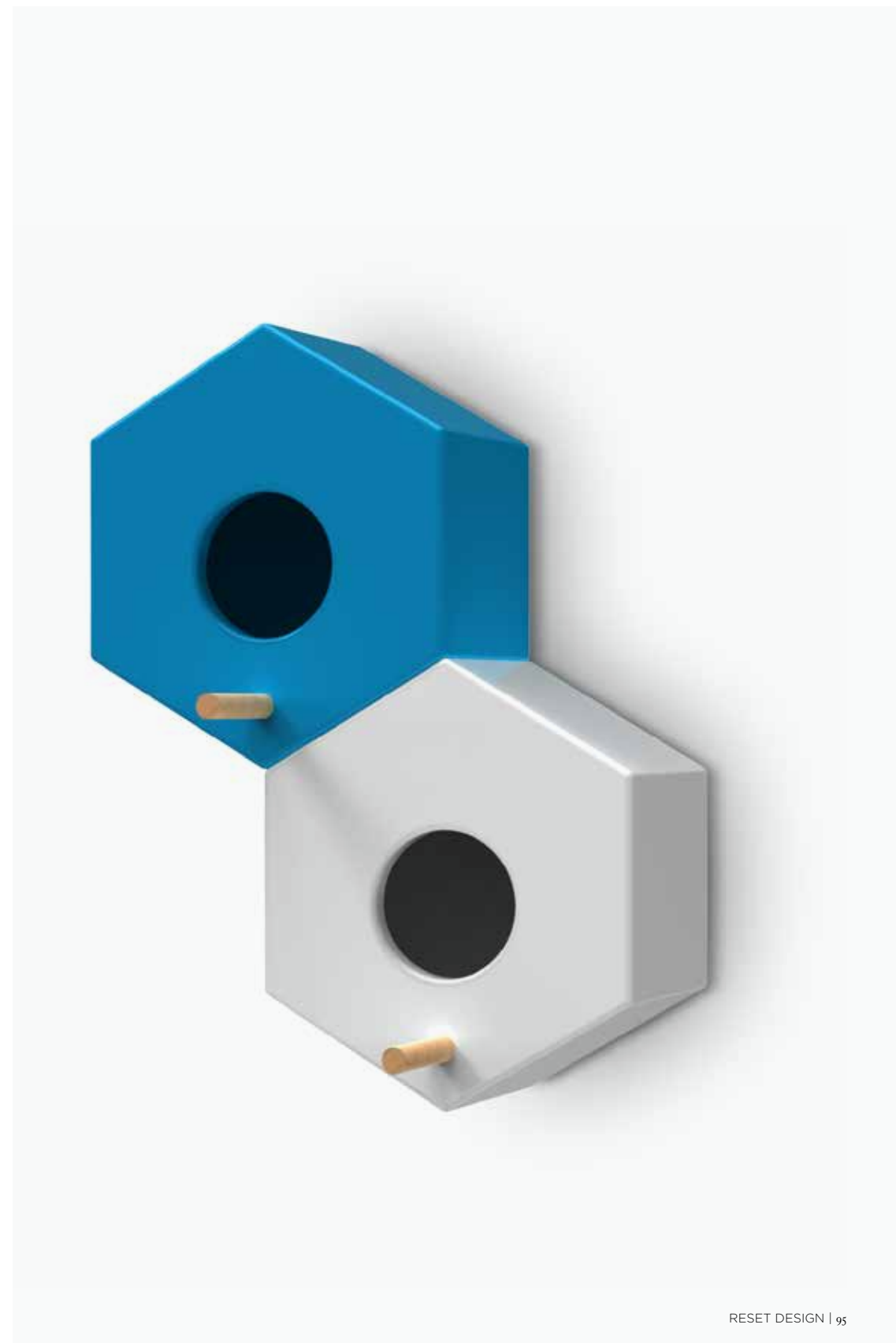


QVIST HEXAGON y QVIST FLORS [2008]

DESIGNED BY Nadadora

Un jarrón dos en uno, porque las cosas hay que verlas bajo ángulos diferentes.

A two in one vase; because things have to be seen at different angles.



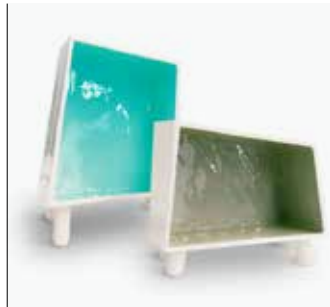


UTIL [2005]

DESIGNED BY Vicente Gimeno
DECORATION DESIGN
Nieves Contreras

Colección modular de fuentes y recipientes de formas rectangulares sencillas. Todas las piezas que componen la colección están prensadas de forma totalmente manual, adquiriendo un aspecto artesanal y actual. Las diferentes ilustraciones hacen más sugerente la presentación de los platos.

Modular collection of fountains and containers in simple rectangular shapes. All the pieces in the collection are completely hand pressed, acquiring a handcrafted and modern appearance. The different illustrations make the presentation of the dishes even more suggestive.



PEPA Y PEPE [2011]

DESIGNED BY Herme Ciscar &
Mónica García

Pepa y Pepe es una pareja fresca, informal y divertida que colocada en cualquier rincón sirve para lo que uno quiera: un pequeño cajón de sastre al descubierto, un vacío bolsillo, un marco, un lugar para fetiches...

Pepa y Pepe is a fresh, informal and fun couple that can be placed in any corner and are for whatever you want: a small uncovered storage area, an empty pocket, a frame, a place for charms ...

5BOTTLES [2004]

DESIGNED BY Nieves Contreras

Cinco botellas unidas entre sí, y conectadas en el interior, que sirven de jarrón múltiple para flores únicas, o de elemento de decoración modificado genéticamente.

Five bottles joined together and connected on the inside, which serve as multiple vases for single flowers, or a genetically modified decorative element.



CROSS [2006]

DESIGNED BY Nadadora

Una cruz multiposiciones con orificios de diferente diámetro en cada aspa, para colocar velas de diferentes tipos.

A multi-position cross with different diameter holes on each arm, to place different types of candles.





NENUFAR [2009]

DESIGNED BY Frederic Lintz

Una gran pieza para utilizar como centro de mesa, bicolor, que según la perspectiva puede parecer tener un solo pie.

A great piece to use as a coffee table, it is bicoloured, which according to the view may seem to have only one foot.

FENNEL [2008]

DESIGNED BY Frederic Lintz

Éste es un jarrón trípode de formas orgánicas que recuerdan las de un hinojo.

This is a tripod organic shaped vase that reminds us of fennel.



OU! [2006]

DESIGNED BY David Cercós

El proyecto *ou!* nace de la analogía existente entre una taza de café y un huevo; su color, delicadeza y sobre todo su forma de presentación. El juego de café de líneas orgánicas es simple y sugerente, invitándonos a acariciar y sostener con mimo la taza, igual que si bebiéramos en copa.

The ou! project comes from the existing analogy between a cup of coffee and an egg; its colour, delicacy and especially its presentation shape. The coffee set with organic lines is simple and suggestive, inviting us to lovingly caress and hold the cup, as if we were drinking in a wine glass.



VASQ [2004]

DESIGNED BY Nieves Contreras

Se trata de un centro de mesa, que puede ser utilizado de tantas formas como su propietario pueda imaginar. Depositar llaves u objetos a la entrada de casa, llenarlo de agua y colocar velas flotantes encima, o colocar un patito de plástico y dejarlo nadando...

It is a centrepiece that can be used in as many ways as its owner can think of. To place keys or objects at the entrance of the house, fill it with water and place floating candles on it, or place a plastic duck and leave it there swimming ...





Usame

Usame es un concepto de diseño de mobiliario y objetos, basado en la reutilización de materiales que en su inicio, fueron pensados para otros fines. La filosofía es transformar para crear.

El proyecto surge en 2010 cuando sus creadoras: Marisol –diseñadora gráfica– y Esther –interiorista–, deciden reincorporarse a la vida laboral, después de haber sido madres y se encuentran con una nueva realidad en sus respectivas profesiones.

El concepto inicial fue buscar materiales en desuso (muchos de ellos de la construcción) para crear nuevas piezas.

Los materiales son los protagonistas en el discurso. Por ello, las

colecciones se conceptualizan y nombran en base a la materia prima que predomina en cada una.

Una parte importante del trabajo es la obtención de materiales, no limitados en cantidad, que permitan repetir la producción de cada producto. Muchos de estos materiales son adquiridos en distintos países europeos, donde la conservación y el reciclaje es un hecho más consolidado que en nuestro país.

En la actualidad el proyecto se orienta al desarrollo de proyectos integrales, dirigidos, en gran medida, al sector hotelero y de restauración. La reutilización *upgrade* está cada vez más presente en nuestra sociedad.

Desde el inicio se han organizado exposiciones itinerantes, que han hecho posible su posicionamiento en el mercado del diseño, así como una labor de comunicación intensiva, con grandes resultados mediáticos. Los objetivos, son en primer lugar, intensificar la labor comercial, crear nuevos puntos de venta, abrir *showroom* propio y organizar *workshops*.

El objetivo principal es pensar en nuevas estrategias que permitan la fidelización de espacios comerciales y hoteles, en los cuales, *Usame* interviene con el proyecto de diseño integral, así como en la optimización de los procesos de producción.

Usame is a concept to design furniture and objects, based on the reuse of materials which at first were intended for other purposes. The philosophy is to transform in order to create.

The project arose in 2010 when its creators: Marisol, a graphic designer, and Esther, an interior designer, decided to return to working life after having had babies and found a new reality in their respective professions.

The initial concept was to look for discarded materials (many from construction) to create new pieces.

The materials are the protagonists in the message. Therefore, the collections

are conceptualized and named based on the raw material that predominates in each.

An important part of the work is getting the materials, which are not limited in quantity, so as to allow the production of each product to be repeated. Many of these materials are acquired in different European countries, where conservation and recycling is a more established fact than in our country.

Currently the project focuses on the development of integrated projects, aimed largely at the hotel and restaurant industry. Upgrade use is increas-

ingly present in our society.

From the start they organised exhibitions, which have made their positioning in the design market possible together with an intensive communication job with great media results. The objectives are first, to increase their sales work, creating new outlets, opening their own showroom and organising workshops.

The main objective is to think of new strategies for the loyalty of sales areas and hotels, where Usame can take part with a comprehensive design project, as well as the optimisation of production processes.





↓ y página anterior and previous page

KOPPEN [2010]

DESIGNED BY
Sebastian Van Kempen

Trofeo de caza fabricado con botellas, envases y tapas de plástico recicladas.

Para este proyecto buscamos una organización con la que podamos colaborar, formar gente para que pueda fabricarlas y destinar a ellos gran parte de las ventas.

A hunting Trophy made of recycled plastic bottles, containers and lids.

For this project we look for an organisation with whom we can collaborate, to train people so that they can manufacture them and allocate the majority of the sales to them.



SILLÓN WOOD / ARM CHAIR WOOD [2010]

DESIGNED BY
Esther López & Marisol González

Sillón individual, fabricado con tablonos de madera de andamio usada, tratada para interior o exterior.

Individual armchair, manufactured with used scaffold planks, treated for indoor or outdoor use.



BANCO, SOFA LOUNGE, Y MESA WOOD / WOOD BANK, SOFA LOUNGE & TABLE [2010 / 2012]

DESIGNED BY
Esther López & Marisol González

Cama fabricada con vallas de contención, combinada con tubos de andamio. Somier fabricado en madera reciclada.

Manufactured with used scaffold planks, treated for indoor or outdoor use.



CAMA INFANTIL VALLAS / FENCE BED FOR KIDS [2012]

DESIGNED BY
Esther López & Marisol González

Cama fabricada con vallas de contención, combinada con tubos de andamio. Somier fabricado en madera reciclada

Bed made with containment fences, combined with scaffold pipes. Mattress base made from recycled wood.





**MESA BOBINA 3 PATAS /
COIL 3 LEG TABLE [2012]**

DESIGNED BY

Esther López & Marisol González

Mesa circular fabricada con bobina de manguera eléctrica. Patas de madera de pino recuperada.

Round table made with an electric hose coil. Legs made from reclaimed pine wood.



**MESA BOBINA HIERRO /
COIL IRON TABLE [2011]**

DESIGNED BY

Esther López & Marisol González

Mesa circular fabricada en perfil de acero y sobre con bobina de manguera eléctrica, tratado para interior o exterior.

Round table made in steel profile and on an electrical hose coil, treated for indoor or outdoor use.



**DEMOLITION CUPBOARD &
TABLE / MESA Y ALACENA
DERRIBOS [2012]**

DESIGNED BY

Esther López & Marisol González

Recuperamos viejas maderas y tabloneros de diferentes colores de suelos, puertas y paredes, provenientes de demoliciones. El cuerpo y las baldas de la alacena están fabricados con madera de andamio usada y las puertas con las maderas de derribo.

We reclaimed different coloured old timbers and planks and walls, from demolition sites. The body and the pantry shelves are made of used wooden scaffolding and doors from demolition wood.





LAMPARA PARED ANDAMIOS
[2013]

DESIGNED BY
Esther López & Marisol González

Herraje de acero galvanizado, recuperado de andamios, que recomendamos usar con bombilla de espejo.

Galvanized steel fitting, reclaimed from scaffolding, which we recommend using with a mirror bulb.



LÁMPARA DE PIE ANDAMIOS / STAND SCAFFOLDING LAMP [2013]

DESIGNED BY
Esther López & Marisol González

Tubo y herrajes de acero galvanizado, recuperado de andamios. Pie de viga de madera recuperada de demoliciones. Pantalla fabricada con sacos de escombros con fallas de texto e impresión.

Pipe and galvanized steel fittings, reclaimed from scaffolding. Wood beam foot reclaimed from demolition sites. Shade made from rubble sacks with text and printing failures.



ESTANTERIA Y MESA ANDAMIOS / SCAFFOLDING SHELF & TABLE [2010]

DESIGNED BY
Esther López & Marisol González

Tubo y herrajes de acero galvanizado, recuperados de andamios. Estantes de madera de andamios limpiada y tratada.

Pipe and galvanized steel fittings, reclaimed from scaffolding. Wooden shelves from cleaned and treated scaffolds.





Yarussi Alvarado

Luego de varios años de amistad tres jóvenes con la misma visión sobre el diseño, deciden iniciar una actividad comercial a partir del desarrollo de sus primeros modelos.

A principios de 2012 comienzan sus proyectos como estudio de diseño de mobiliario e iluminación, con objetivos claros a cumplir: el desarrollo de productos que destaquen por el uso inteligente de las materias primas, para obtener funcionalidad, globalidad y simplicidad.

El nombre del estudio *Yarussi Alvarado* nace de la combinación de

los apellidos de los socios fundadores, Nicolás y Carlos Yarussi, y Nicolás Alvarado, quienes se encargan del diseño, desarrollo, fabricación, venta y distribución de muebles y objetos de iluminación.

Para conseguirlo desarrollan una identidad propia a través de sus productos, caracterizados por el buen uso de las materias primas y su respeto por el medio ambiente. Es el resultado de la investigación constante, de seguir los parámetros de I+D+i, de investigar en nuevos materiales y de aplicar nuevas tec-

nologías en sus proyectos.

En su filosofía de trabajo como estudio de diseño priorizan la reflexión antes que la materialización, buscan lo útil, lo práctico, lo sensible y la fluidez del proceso constructivo.

Su compromiso se basa en el respeto por los elementos que nos rodean y por el buen uso de los mismos, descubriendo sus ciclos naturales e intentando que no se detengan. Buscando siempre la armonía entre la forma, el material y el entorno, con la máxima calidad y la excelencia en cada detalle.

After several years of friendship three young men with the same vision on design, decided to start up a business from the development of their first models.

In early 2012 they started their project as a furniture and lighting design studio, with clear objectives to fulfil: the development of products that stood out for the intelligent use of raw materials, functionality, global presence and simplicity.

The studio name Alvarado Yarussi comes from the combination of the

surnames of the founders, Nicholas and Carlos Yarussi, and Nicholas Alvarado, who are responsible for the design, development, manufacture, sale and distribution of the furniture and lighting.

To achieve this they have developed their own identity through their products, characterised by good use of raw materials and respect for the environment. It is the result of constant research, of following R+ D + I parameters, researching new materials and applying new technologies.

In their work philosophy as a design studio, they prioritise thinking before materialisation, seeking what is useful, practical, sensible and fluid in the construction process.

Their commitment is based on respect for the elements that surround us and their good use, discovering their natural cycles and trying not to stop them. Always seeking harmony between their shapes, materials and surroundings, with the highest quality and excellence in every detail.





y página anterior and previous page

ELBA [2012]

DESIGNED BY
Nicolás Yarussi & Nicolás Alvarado

Un punto de compañía en la lectura, o para generar una reunión en un rincón elegido, siempre de pie con elegancia y personalidad.

La serie Ondula fue diseñada bajo el concepto de dar una solución funcional, estética y eficiente a las distintas necesidades de iluminación. Un aspecto muy importante para conseguirlo ha sido la disposición de cada una de las piezas de cartón, realizadas de forma manual, para obtener así un producto orgánico, único y diferente en cada modelo

An accompaniment for reading, or for when a meeting takes place in a chosen corner, always standing with elegance and personality.

The Ondula series was designed with the idea of providing a functional, aesthetic and efficient solution to different lighting needs. One very important factor in achieving it was the availability of each of the cardboard pieces, made by hand, in order to obtain an organic product unique and different for each model.

ADA [2012]

DESIGNED BY
Nicolás Yarussi & Nicolás Alvarado

De línea limpia y sobria, Ada nos brinda una luz puntual y cálida en su entorno. Nos recuerda con su forma los tubos sonoros de los antiguos templos.

A clean and simple line, Ada provides us with unusual and warm light in its surroundings. Its shape reminds us of the musical pipes of ancient temples.



BRUNO [2012]

DESIGNED BY
Nicolás Yarussi & Nicolás Alvarado

La elegida para iluminar el punto de encuentro entre amigos, ella espera ser instalada en todo tipo de ambientes, siempre segura de sí misma.

It was chosen to light the meeting point between friends, it is hoped it will be installed in all types of environments, always confident of itself.





SAN MARCO [2012]

DESIGNED BY
Nicolás Yarussi & Nicolás Alvarado

Esta lámpara de suspensión para interiores, evoca por su curvatura a la cúpula de la Basílica de San Marcos en Venecia. Está realizada en cartón corrugado y el cable se ofrece en distintos colores.

The curves of this indoor suspension lamp, bring to mind the dome of the Basilica of San Marcos in Venice. It is made from corrugated board and the cable is available in different colours.



MEI [2013]

DESIGNED BY
Nicolás Yarussi & Nicolás Alvarado

Con una versión de sobremesa y otra de suspensión, la lámpara Mei gira en torno al concepto de lo natural y lo orgánico, ofrece sobriedad, funcionalidad y calidez.

With a table-top version and a suspension one, the Mei lamp revolves around the concept of nature and organic, providing sobriety, functionality and warmth.



FLORENCIA [2012]

DESIGNED BY
Nicolás Yarussi & Nicolás Alvarado

Es una armoniosa lámpara de suspensión para interiores, un producto orgánico y de formas suaves que modela la luz que atraviesa el cartón corrugado.

It is a harmonious suspension lamp for interiors, an organic product with soft shapes that model the light through corrugated board.





TAJINE [2013]

DESIGNED BY
Nicolás Yarussi & Nicolás Alvarado

Lámpara con pantalla de cartón
corrugado y estructura de acero –en la
versión de sobremesa– con acabados
en blanco o negro.

*Lamp with a corrugated board shade
and steel structure –for the table-top
version– with finishes in black or white.*

SEVEN [2013]

DESIGNED BY
Nicolás Yarussi & Nicolás Alvarado

Lámpara de suspensión para
interiores generada por la sección de
un heptágono de cartón corrugado.

*Suspension lamp for interiors made by
cutting a heptagon of corrugated board.*

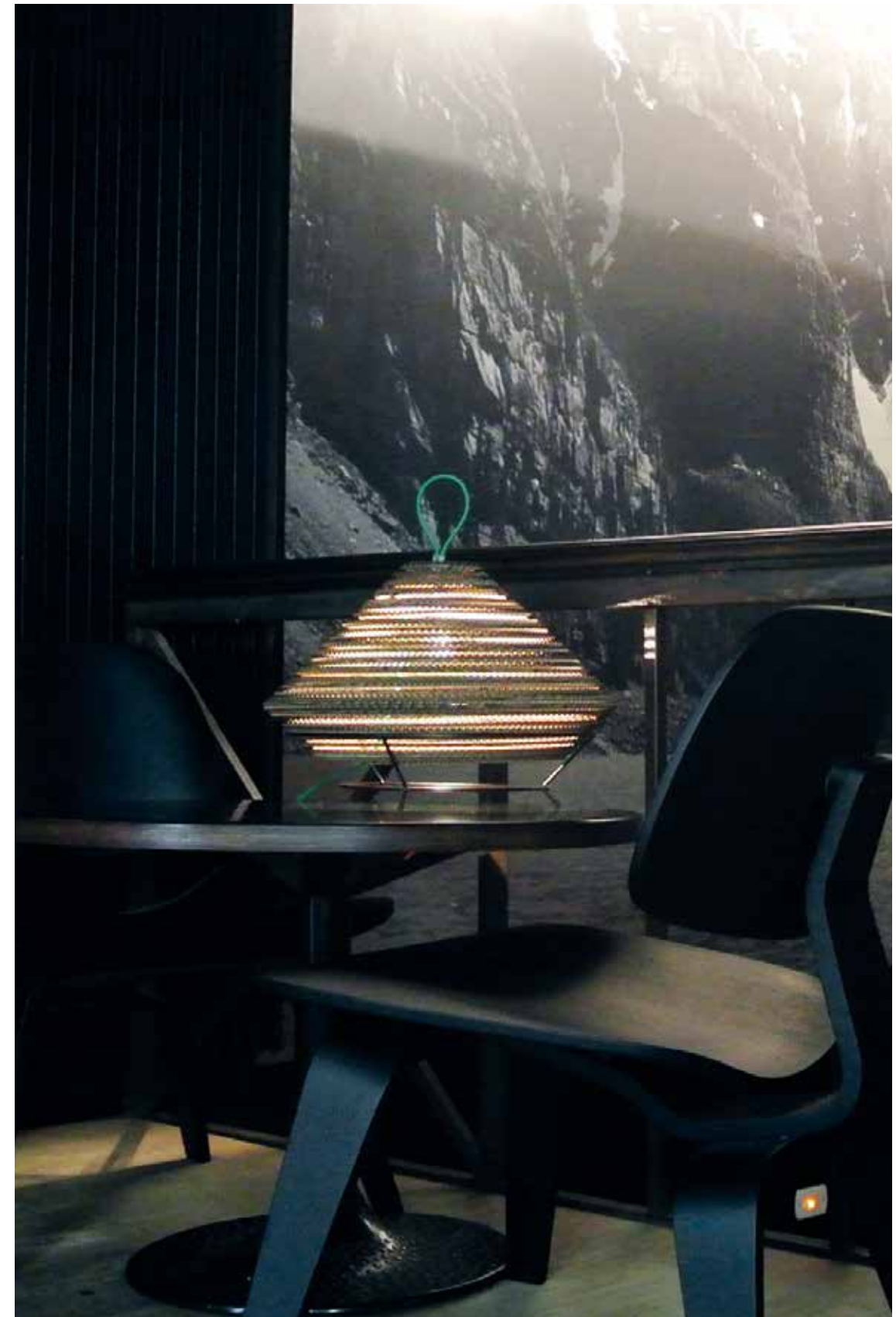


CAPRI [2012]

DESIGNED BY
Nicolás Yarussi & Nicolás Alvarado

Lámpara de sobremesa, de líneas
prismáticas, produce un punto de luz
más cercano, que brinda intimidad
para las mesas favoritas.

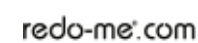
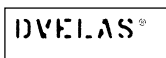
*Table-top lamp, with prismatic lines,
that produces a closer light source,
which lends intimacy for your favourite
suppers.*



Directorio

Directory

APPARATU



Joan Mañosa	Enrique Kahle	Antonio Serrano Bulnes	Raúl Durá	Paloma Cañizares
Aurora Ciria	Arraitz Koch	Mar López Arévalo	Ommar Uribe	
Xavier Mañosa	Esperanza Kahle	Marga Álvarez Rabanales	Pedro Rivera	
Guim Espelt	Borja Fuentes	Jorge Rufo Trejo		
Malou Van Dijk				
Xavier Lanau				

www.apparatu.com	www.dvelas.com	www.mad-lab.com	www.omelette-ed.com	www.pcmdesign.es
info@apparatu.com	dvelas@dvelas.com	mar@mad-lab.com	info@omelette-ed.com	info@pcmdesign.es

Graells, 19 08173 Sant Cugat del Valles Barcelona España	Joaquín Larregla, 10 31005 Pamplona España	Abtao, 25 interior Nave B 28007 Madrid España	Historiador Diago, 11 Puerta 8 46007 Valencia España	Águila, 10 28005 Madrid España
--	---	--	---	-----------------------------------

Teléfono (+34) 93 675 0105	Teléfono (+34) 948 237 091 Fax (+34) 948 237 091	Teléfono (+34) 91 435 9542 Fax (+34) 91 186 7667	Teléfonos: (+34) 96 328 1125 (+34) 664 120 710	Teléfono (+34) 91 364 1449
-------------------------------	---	---	--	-------------------------------

Facebook https://www.facebook.com/apparatu	Facebook https://www.facebook.com/dvelasdesign	Facebook https://es-es.facebook.com/madlab.edicionesdediseño	Facebook http://www.facebook.com/OmeletteEd	Facebook https://www.facebook.com/PalomaCañizares
Twitter https://twitter.com/apparatu	Twitter https://twitter.com/dvelasproject Pinterest http://www.pinterest.com/dvelasdesign/	Twitter https://twitter.com/MadLabSL	Twitter @Omelette_ed	
instagram http://instagram.com/apparatu	Instagram http://instagram.com/dvelas Linkedin http://es.linkedin.com/company/dvelas Flickr http://www.flickr.com/photos/dvelas	Linkedin http://es.linkedin.com/pub/mad-lab-ediciones-dedise%C3%B1o/58/984/a33		Linkedin Paloma Cañizares

Raúl Lauri	Manuel García de Paredes	Nieves Contreras Jiménez	Esther López Aguilar	Nicolás Yarussi
	Fernando Pino	Vicente Gimeno Peris	Marisol González Nohra	Nicolás Emilio Alvarado
		María José Gimeno Peris		Carlos Yarussi

www.rlauri.com	www.redo-me.com	www.sagenceramics.com	www.usame.es	www.yarussialvarado.com
rlauri@rlauri.com	info@redo-me.com	info@sagenceramics.com	info@usame.es	nicolas@yarussialvarado.com

Virgen de los Desamparados, 23 03440 Ibi Alicante España	Meléndez Valdés, 10 1-4 28015 Madrid España	Hort, 1 46490 Manises Valencia España	Lluis el Paidos, 7 Principal 2 08003 Barcelona España	Bustillo de Oro, 27 Ático 3 Madrid 28039 España
---	--	---	--	--

Teléfono (+34) 607 472 565	Teléfono (+34) 91 593 9335	Teléfono (+34) 96 154 5913	Teléfonos (+34) 662 195 342 (+34) 647 918 344	Teléfono (+34) 601 246 507
-------------------------------	-------------------------------	-------------------------------	---	-------------------------------

Facebook https://www.facebook.com/raullauri.designlab	Facebook http://www.facebook.com/pages/redome/325450100802557	Facebook http://www.facebook.com/sagenceramics	Facebook http://www.facebook.com/pages/Usame	Facebook https://www.facebook.com/yarussialvarado
Twitter https://twitter.com/raurilauri	Twitter https://twitter.com/redo_me			Twitter http://twitter.com/YARUSSIALVARADO
Pinterest http://pinterest.com/raullauridesign/				
Linkedin: http://www.linkedin.com/pub/ra%C3%BAla%C3%AD/35/282/454				

