

# Bazaar Harper's

Marzo 2013 3,50€  
www.harpersbazaar.es

ESPAÑA



"Mi madre tenía razón: cuando no te queda nada, todo lo que puedes hacer es ponerte ropa interior de seda y empezar a leer a Proust"

JANE BIRKIN

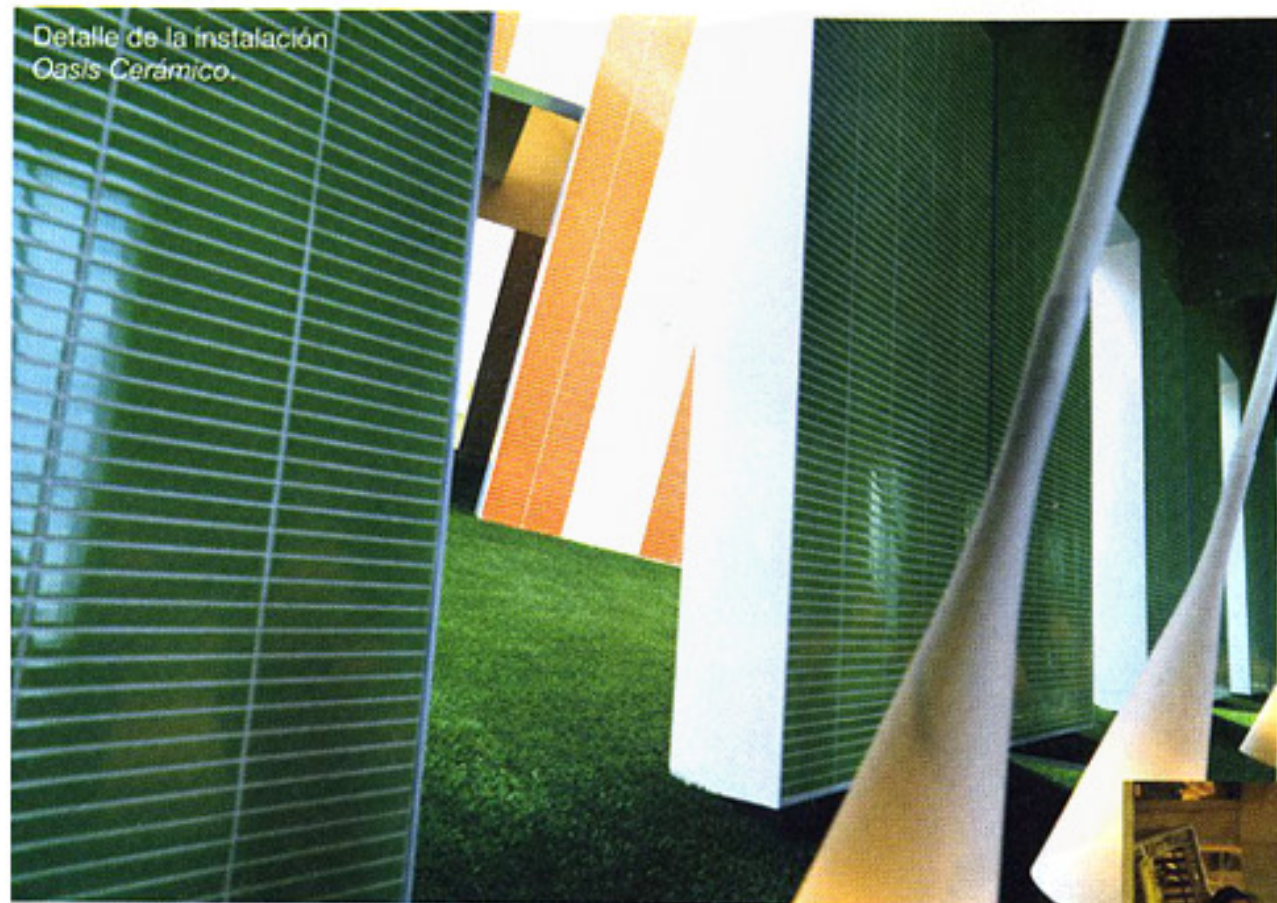


LARA STONE  
de Giorgio Armani

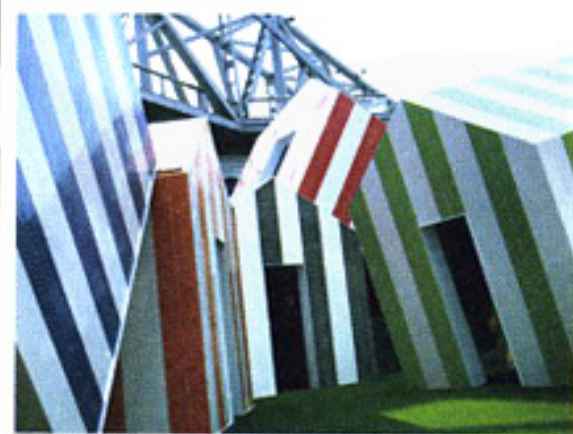
CARINE ROITFELD Y LAS COLECCIONES

## Welcome Carine

EN ESTE NÚMERO ENCONTRARÁS PIERNAS ETERNAS Y MINTOPS, STILETTOS DE CORAL Y PEINADOS DE ENSUEÑO, A BOWIE VISTO POR GUCCI Y LA ALTA COSTURA DE RAF SIMONS, BOLSOS DE CHANEL QUE PARECEN LEGOS Y UNA EXPLOSIÓN DE FUCSIAS Y ROSAS. TAMBIÉN A UNA MUJER QUE AMA A LAS MUJERES PASIONALES Y LIBRES, MADAME ROITFELD.



Detalle de la instalación Oasis Cerámico.



Arriba, la instalación Oasis Cerámico, una escultura urbana transitable que lagranja creó para ASCER en Casadecor Barcelona.



Sobre estas líneas, el equipo de lagranja. Abajo, boceto de lámpara Laika.

# DISEÑO ANIMAL

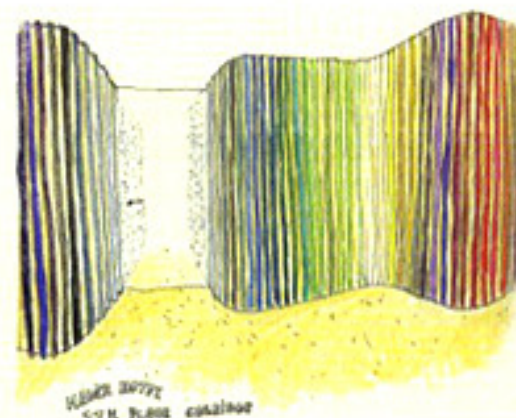
No es una granja-escuela, ni una tienda de mascotas. LAGRANJA lleva más de diez años triunfando gracias a sus diseños transversales, frescos y funcionales.

**D**esign for companies and friends” es el eslogan de lagranja, un estudio de diseño con base en Barcelona. Sus fundadores –Gerard Sanmartí y Gabriele Schiavon– creen firmemente que un trabajo no es bueno o malo en función del tamaño del cliente, sino que es cuestión de ilusión: “Si la empresa es grande, pequeña, o un particular no importa, pero tienen que ser sensibles hacia el diseño y tener predisposición; que haya comunicación y sintonía”, analiza Gabriele. Por eso desarrollan grandes proyectos –como las suites de las últimas cuatro plantas del hotel Madera en Hong Kong– y otros de alcance reducido –como la lámpara Laika, de la cual produjeron cincuenta unidades para regalar a algunos amigos.

Desde interiorismo, instalaciones, arquitectura, diseño de producto... En lagranja abrazan proyectos muy variados, retos que ponen a prueba la creatividad de este equipo de diez personas: “Hemos diseñado trofeos, cubiertos,

hoteles, museos, tiendas... Tratar diferentes ámbitos es enriquecedor”, explica Gabriele. Este diseño “transversal”, como el propio Schiavon califica, les ha llevado también a emprender otras aventuras fuera de Barcelona.

En 2010 inauguraron una nueva sede en Hong Kong y, dos años más tarde, abrieron otra oficina en Estambul; dos ciudades estratégicas: “Si las cosas suceden es por algo. Queríamos exportar nuestro producto y en estas dos ciudades había una necesidad porque no hay tantos profesionales”, analiza el fundador. Y a pesar de que cada vez resulta más difícil hablar de diseños nacionales –“Las fronteras están borrosas. Hay españoles que trabajan fuera y extranjeros que lo hacen aquí”, comenta Gabriele–, el diseñador reconoce que la marca Barcelona sigue manteniendo su prestigio y tradición. Mientras tanto, la comunidad de “companies and friends” de lagranja no para de crecer. ■



Sobre estas líneas, banco Abracadabra. Más arriba, boceto de suite del Hotel Madera en Hong Kong.