



LA FIRA S'INICIA AMB LA INAUGURACIÓ D'UN PAVELLÓ DE 78.000 M²

A València, el moble

Nou-centes setanta-tres firmes de tot el món han participat enguany a la Fira del Moble de València. Vuit seccions diferents, la instal·lació del SIDI i un concurs de disseny han presentat una àmplia oferta a compradors i visitants.

A. Robles

L'interès desvetlat per la XIV edició de la Fira del Moble de València ha desbordat els seus organitzadors. La ciutat pateix un greu dèficit de places hoteleres i, ara, s'ha fet més patent que mai. Centenars de visitants s'han vist obligats a buscar allotjament a Cullera i Gandia davant la impossibilitat de trobar places d'hotel a la capital.

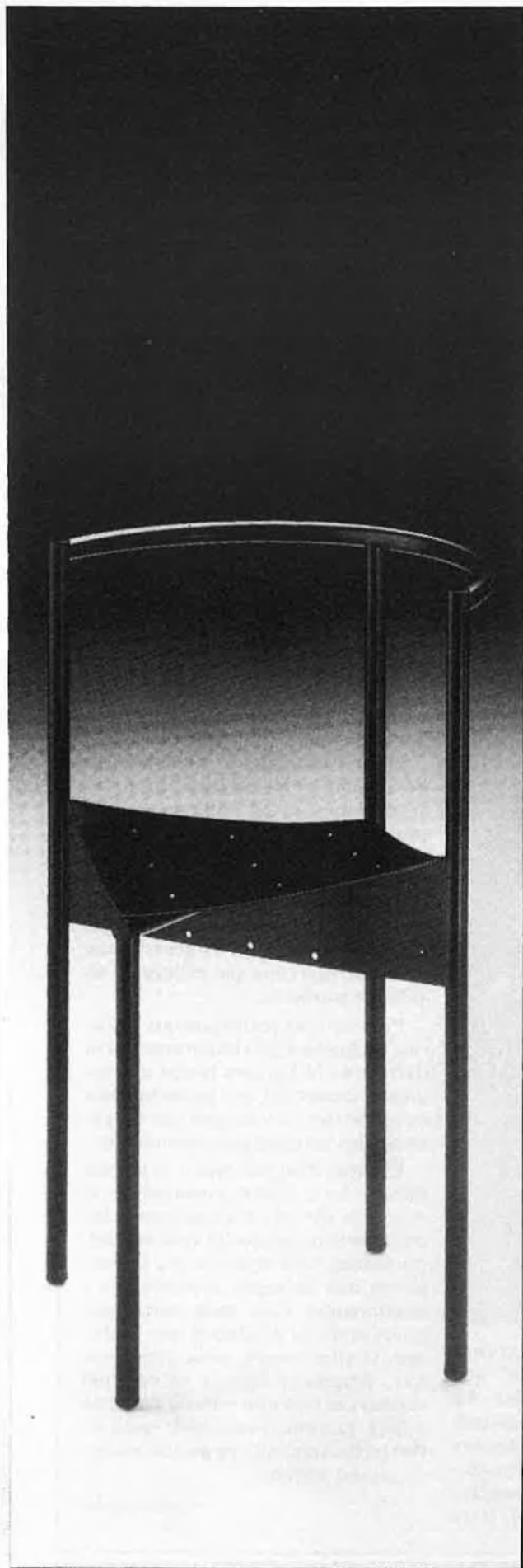
En el certamen han participat 941 firmes, 473 de les quals eren valencianes i 273 catalanes, cosa que les convertiria en les delegacions amb major nombre d'expositors. Coincidint amb la Fira, el president de la Generalitat, Joan Lerma, inaugurava un nou pavelló —78.000 m² i 2.500 milions

d'inversió— que converteix la institució en una de les més importants del continent europeu. Ricard Pérez Casado, present en l'acte, es queixava de la falta de suport de l'administració pública en el projecte. «Trobe a faltar —va dir— la resposta i la intervenció d'altres instàncies de l'administració pública —llegiu central— a més de les específicament valencianes, a l'hora de fer costat a la culminació de projectes de tot tipus que redunden en benefici, no sols de l'economia regional, sinó del conjunt de l'economia espanyola».

Dins de la Fira, l'oferta de mobles es presentava dividida en seccions: moble clàssic, rústic, modern, entapissat, *kit*, jardí, SIDI-Disseny, il·luminació i articles complementaris. En el moble entapissat es detecta la introducció de



Dalt, moble presentat al Saló Internacional del Disseny. Baix, cadira presentada al concurs, de Gemma Bernal i R. Isern.



Mobles presentats al SIDI.

Els Colby tenen llits valencians

Els decoradors de sèries com *Hotel*, *Dallas*, *Miami Vice*, *El pulso de Hollywood*, *Los Colby* o *Dinastia* vesteixen les mansions dels protagonistes amb els mobles que fabrica una empresa valenciana, Mariano García, S. A., establida a Los Angeles, de fa més de trenta anys, sota el nom de Traditional Imports. Són mobles cars, realitzats en fusta de faig, noguera, sicòmor, que reben els acabats als Estats Units i que reflecteixen el luxe i els diners que ragen per les mansions dels Colby, els Ewin o el barroquíssim hotel de la senyora Cabot.

L'èxit de la firma és degut, segons explica un dels seus membres, a la capacitat d'adaptació demostrada per l'empresa davant del públic nord-americà: «Disposem d'un catàleg especial compost per més de set-cents models, concebut exclusivament per al client nord-americà. Exportem el moble sense acabar i sense entapissar i és el mateix comprador qui en dóna el remat requerit i la tela amb què vol entapissar-lo. Aproximadament, un 40 per cent de la nostra fabricació s'exporta a aquell país».

«Ens sentim molt afalagats per haver-nos convertit en proveïdors d'aquestes sèries. Per descomptat, el que més ens sorprèn són els alts pressupostos dels decoradors d'aquestes pel·lícules, cosa impensable si els comparàvem amb els de l'Estat espanyol».

«També hem començat a decorar l'interior de les cases dels famosos. Linda Evans, Joan Collins i tota la família de Michael Jackson tenen les seues mansions moblades amb peces de Mariano García. La major part de les vegades ens n'assabentem per les fotografies que publiquen les revistes del cor, encara que la mare de Michael Jackson tria personalment les peces que més li agraden». □

teles com ara l'alcàntera, l'amareta —teles que imiten l'ant, procedents del Japó—. Continuen sent usades, però, el piqué i el jaquard. Dins de la fabricació del moble rústic, la tendència més generalitzada és la utilització del pi en colors clars i naturals. El moble jardí, al seu torn, es presenta majoritàriament realitzat en resina, material que ha desbancat quasi totalment l'alumini, el ferro i la fusta. La seua resistència a la calor, la humitat i d'altres agents atmosfèrics ha estat el factor decisiu de l'èxit d'aquesta primera matèria. S'observa en aquest sector un fort augment de la demanda i l'entrada

d'entapissats en consonància amb la moda de confecció. En aquest sentit, el gris i el salmó marcaran les pautes.

Quant al moble modern, el SIDI ha tornat a aglutinar la major part de les produccions més preocupades pel disseny. Itàlia, per primera volta, gira els seus ulls cap a aquest saló amb admiració. La funcionalitat en els usos dels mobles i la netedat de línies han estat les notes dominants de totes les empreses que ni han participat.

Paral·lelament a la Fira s'ha desenrotllat el cinquè concurs nacional de disseny del moble, dotat amb un milió

de pessetes. Aquest concurs, dirigit als professionals del disseny i als estudiants, ha comptat amb la participació de seixanta especialistes. Del total de les obres presentades, se n'han escollit divuit, i, abans de procedir al veredicte del jurat, s'ha organitzat amb ells una exposició a la Fira. Vicent Martínez, president del jurat del concurs, manifestava: «La validesa d'aquest tipus de certàmens està en la continuïtat, en la solidesa i en la qualitat de les obres presentades. Aquest any, el nivell dels prototipus participants quasi toca l'excepcionalitat».

El saló SIDI, plataforma del disseny

Vicent Martínez i Sancho*

El concepte disseny sembla estar últimament en boca de tots com a fill predilecte d'una època que, desgraciadament, a l'Estat espanyol s'ha iniciat amb retard respecte a altres països. Potser aquest moment és el més oportú per parlar d'aquest tema, ja que encara són fresques les imatges del que vam poder veure al Saló SIDI (Saló Internacional de Disseny Internacional) dins de la Fira Internacional del Moble de València.

D'entrada, voldria remarcar la validesa d'aquest projecte com a plataforma cultural i comercial del disseny. El seu especial efecte dinamitzador d'un valor tan important, sobretot, en una producció que ha de competir en uns mercats on ja hi ha una oferta consolidada des de fa temps. És innegable que era necessària la creació d'un mitjà que permetés la publicitat i la comunicació entre els industrials, els dissenyadors i el públic consumidor.

En aquest terreny, el SIDI està complint els objectius, i arriba a la consecució de resultats òptims que beneficien el conjunt. En aquesta faceta, també, té els seus avantatges que siga una oferta coherent d'algunes propostes, ja que permet establir uns objectius que van més enllà dels interessos particulars de cada industrial. Ací cal assenyalar l'eficient treball de coordinadora i directora d'aquestes metes col·lectives de la revista ON-Diseño, que com a element objectiu ha tamisat qualsevol intent de personalitzar interessos. Al mateix temps, el fabricant ha hagut de re-



nunciar a la pròpia personalitat en la presentació, per aconseguir que l'efecte de l'esforç fóra major. La conseqüència n'ha estat una sorprenent repercussió, no sols en el terreny nacional sinó també en l'internacional. La transcendència en l'exterior d'un esdeveniment com el Saló

SIDI és impossible de quantificar; això no obstant, el disseny que es fa entre nosaltres comença a estar ben considerat arreu del món, i l'Estat espanyol, en aquests moments, és un punt de creativitat llançada amb una necessitat de creixement major que en altres països.

Aquest estímul i la dinamització del disseny en les empreses ha aconseguit que el nivell mitjà de l'oferta presentada siga cada volta millor. Per mimetisme, està servint d'espill perquè d'altres empreses vagin incorporant-se al procés de renovació i recerca de disseny, al mateix temps, diu del mateix SIDI ha generat una competitivitat sana que millora els nivells de producte.

Però aquests plantejaments culturals no tindrien més importància si al darrere no hi haguera també una aspiració comercial que permeta obrir nous mercats i aconseguir que el producte siga acceptat pels consumidors.

El futur d'aquest Saló i el mateix disseny fet a l'Estat espanyol, jo el veig en la direcció d'aconseguir la incorporació de productes amb més importància. Això significa que les empreses han de seguir evolucionant i mamprendre riscos cada volta més grans amb els productes que realitzen. D'altra banda, seria important que, després d'aquesta eufòria pel disseny, es fera una reflexió de mitjà i llarg termini, per aclarir quin és l'objectiu final que es pretén assolir en aquest terreny.

* Dissenyador