

Expansión Casas y estilo de vida

Suplemento semanal/Nº 491

8 de marzo de 2024

→ AUSTRIA



La villa de vacaciones de Sissi Emperatriz

→ MERCADO

El lujo compra la Quinta Avenida de Nueva York



→ TENDENCIA

La recuperación de una técnica ancestral

ALTA GAMA QUÉ PIDE EL COMPRADOR

Redefinir la exigencia



Casa moderna con vistas al mar y a la Catedral en Mallorca

Propiedad excepcional ubicada en una calle muy demandada de Son Vida, una ubicación estratégica en las afueras de Palma con tres campos de golf, dos hoteles de cinco estrellas y cerca de numerosas playas. La zona posee servicio de vigilancia 24 horas. Tiene siete habitaciones y siete baños, distribuidos en tres plantas y cuenta con piscina al aire libre y bodega. Vende Sotheby's International Realty por 12,5 millones de euros.



La ubicación más exclusiva, que ofrezca un entorno privado y seguro, es una petición ineludible

Sonia Mora, Sevilla

Exclusividad, personalización, tecnología, ubicación. Estos son solo algunos de los conceptos más demandados por los compradores de vivienda de lujo en España, una clientela exigente y sofisticada a cuyos requerimientos prestan máxima atención promotores, arquitectos y profesionales inmobiliarios especia-

Diseño, vistas, elegancia y materiales nobles no escapan a las exigencias

lizados en el segmento del residencial premium, que sigue disfrutando de un mercado próspero y dinámico.

Desde VIVA Sotheby's International Realty, su CEO, Paloma Pérez Bravo, subraya que "la ubicación se destaca como la prioridad fundamental. Se busca principalmente en urbanizaciones exclusivas que ofrecen un entorno privado y seguro,

compartido con vecinos distinguidos. La proximidad a lugares emblemáticos, vistas impresionantes, así como la conveniencia de acceder a restaurantes *gourmet*, clubes de golf y centros de compras de lujo, constituyen elementos clave en la decisión de compra de estos clientes".

Pasa a la página 2 >



Una cita con el arte y el diseño en Las Ventas

MIAD. La Plaza de Toros de Las Ventas en Madrid acoge hasta el 17 de marzo Madrid Inside Art & Design (MIAD), una cita donde el público encontrará las últimas tendencias en diseño de interiores tanto en el área residencial como en 'contract'. En total y repartidas en 30 espacios, se concentran durante estos días más de 150 marcas que combinan arte, diseño y arquitectura. El foco de esta edición también estará en la innovación tecnológica, pero sin perder de vista la artesanía de calidad.

Cincuenta horas de esencias acogedoras

Yope. Fabricadas con 100% cera de soja, con un punto de fusión más bajo que la cera convencional (no alcanza temperaturas tan altas y emite poco humo), las velas perfumadas de Yope ofrecen hasta 50 horas de esencia acogedora.

Están disponibles (24,95 euros) en cuatro aromas, desde la fresca de la de Verbena, lima y bergamota; a la intrigante de Higuera, hojas de grosella y flores; la dulce de Vanilla, azahar y ylang-ylang; o la sensual de Incienso, ante y frambuesa.



Para viviendas y hoteles de cinco estrellas

Laufen. Perfiles rectangulares y con exteriores suaves, acabados con brillo y mate y fuerte presencia de los colores blanco, negro y grafito son algunas de las señas de identidad de Meda, la última colección del diseñador suizo Peter Wirz para este

fabricante especializado en el baño desde hace más de 130 años. Ideada tanto para viviendas como para hoteles de cinco estrellas, la nueva línea de Laufen ofrece lavabos, inodoros, bidés y griferías, además de una gama de mobiliario.

ENTREVISTA MAGNUS ERHLAND, DISEÑADOR

“El interiorismo **incrementa** la autoestima”

Sastre, patronista, decorador de escaparates, diseñador de moda... Magnus Erhland aprovecha cada oportunidad creativa. Dos hoteles en Mallorca llevan su firma

Emelia Viaña, Madrid

Se podría decir que Magnus Erhland ha desarrollado casi toda su vida profesional en el sector de la moda —de hecho, se formó como sastrero y patronista, pero empezó a trabajar en una tienda de moda en Estocolmo como decorador de escaparates y creó la primera y única tienda conceptual de Levi's 501 del mundo—. Al menos así lo dice su currículum, que destaca Diesel como uno de sus empleos habituales —ha concebido las colecciones masculinas de dicha marca durante varios años—, pero el sueco es una mente inquieta que no piensa en un sector concreto sino en oportunidades creativas y trabajar en el diseño de los hoteles El Llorenç Parc de la Mar y El Vicensç de la Mar, ambos en Mallorca, lo era. Propiedad de Nybau Hotels, ambos están inspirados en los colores, los sabores y los olores del Mediterráneo. Su interiorismo, también.

—No era su primera vez en el sector hotelero, ya que es el autor del diseño del Hotel Pelican en Miami Beach, inaugurado en 1994. ¿Cómo definiría su trabajo?

Busco lo perfecto; jugar con lo reconocible poniéndolo en nuevos contextos, desafiando lo convencional; y mezclar materiales, texturas, superficies, métodos de trabajo, estilos, colores y proporciones, pero que todo se vea natural.



Personalidad. Erhland crea espacios únicos mezclando materiales, técnicas y estilos.

—La vista es un sentido importante en sus trabajos.

Quiero que el observador descubra constantemente nuevos detalles, que haya algo interesante en lo que posar la vista. Mi estilo es amplio, detallado e impredecible.

—En realidad, eso se parece poco a un estilo definido.

No sé si puedo decir que tenga un estilo; creo que cada trabajo debe ser único y para ello hay que aprovechar las oportunidades, características y cualidades que el proyecto ofrece y merece. Es posible encontrar un hilo conductor y una firma especial en mis proyectos en la forma en que mezclo sin miedo y libremente cosas



El diseño de El Llorenç Parc de la Mar y El Vicensç de la Mar se inspira en el Mediterráneo.

clásicas y contemporáneas, en un contexto que sorprende, sin perder las raíces del pasado, pero dando un toque atractivo y fresco. Se trata de crear un espacio con un carácter moderno y distintivo.

—¿Es cada vez más difícil diseñar algo que sorprenda al cliente?

No, no lo creo, mi cerebro es una biblioteca llena de ideas que quieren cobrar vida. No veo más que oportunidades para seguir creando nuevos interiores interesantes.

—¿Cómo de importante es el diseño en la experiencia que percibe el huésped?

El interiorismo es importante para la experiencia general, ya que crea un ambiente agradable, cálido, acogedor, interesante e inspirador donde el huésped puede sentirse relajado y cómodo. Estas cosas juntas aumentan su autoestima y le hace sentir que tomó la decisión correcta a la hora de elegir hotel.

—El arte es un elemento destacado en sus trabajos.

No vale cualquier tipo de arte. Casi todo lo que incluimos está hecho a

medida del sitio en el que se va a ubicar, encargado por mí a fotógrafos o artistas que siguen mis instrucciones. También, incorporo piezas que yo mismo he diseñado o que reciclo para incorporarlas al proyecto.

—¿Qué tendencias hay en el sector del interiorismo?

Hay tantas que prefiero trabajar de acuerdo con mi propia cabeza, ya que las tendencias a menudo no son muy duraderas. Me gusta crear entornos únicos que perduren en el tiempo y así contribuir también a un mundo más sostenible.

—¿Está cambiando precisamente la sostenibilidad del sector del diseño?

Todos debemos hacer lo posible para trabajar de una manera más sostenible. Hoy es bastante fácil colaborar con productores de materiales y muebles que tengan una estrategia responsable, incluso reutilizar materiales y generar menos desperdicios. A veces debes ser un poco flexible y adaptarte a ciertas circunstancias. Incluso si sabes que otra opción habría sido mejor tienes que pensar en el uso que se le va a dar.