



Lavernia & Cienfuegos Diseño

Estudio de diseño con sede en Valencia. Su actividad se centra en proyectos tanto de diseño industrial como de diseño gráfico en cualquiera de sus variantes (editorial, identidad corporativa, packaging, webs, etc...)

Fue fundado en 1995 por Nacho Lavernia (Valencia, 1950) que previamente había formado parte del colectivo LA NAVE entre los años 1984-1989.

Nacho Lavernia ha sido Presidente de la Asociación de Diseñadores de la Comunidad Valenciana, (ADCV) y Presidente de FESAD, Federación Española de Asociaciones de Diseño.

En el año 2000, Alberto Cienfuegos (Granada, 1972) que trabaja en el estudio desde su inicio, se incorpora como socio, desempeñando labores de director creativo en proyectos de diseño gráfico e industrial.

Sus trabajos han recibido reconocimiento con premios tanto nacionales, como **LAUS** (1986/97/98), **DELTA** (2003/09) y **AEPD** (2006), como internacionales, el **TDC Certificate of Typographic Excellence** (2005/07), **Design Plus** (2005/07), **The Dieline** (2010) y **Interior Innovation** (2011).

Ambos han sido profesores de diseño en la Universidad de Valencia.

Han participado en exposiciones y conferencias de diseño nacionales e internacionales y sus trabajos están presentes en multitud de publicaciones especializadas.

En el 2007 aparecen incluidos en el libro **Design Now!** de la editorial **TASCHEN**, donde se hace una selección de los **90** estudios de diseño de producto más destacados a nivel mundial.

A design studio situated in Valencia. Their work is focused on projects both in industrial and graphic design in all their various forms (editorial, corporate identity, packaging, web sites, etc...)

The studio was founded in 1995 by Nacho Lavernia (Valencia 1950). Previously, he had been part of the design collective LA NAVE from 1984 to 1989.

Nacho Lavernia was president of the Association of Designers of Valencia (ADCV) and of the Spanish Federation of Design Associations (FESAD).

In 2000, Alberto Cienfuegos (Granada 1972) who was part of the studio since its foundation, became a partner with the role of creative director on industrial and graphic design projects.

Their projects have been recognized through awards both national, such as **LAUS** (1986/97/98), **DELTA** (2003/09) and **AEPD** (2006), and international, such as **TDC Certificate of Typographic Excellence** (2005/07), **Design Plus** (2005/07) and **The Dieline** (2010) and **Interior Innovation** (2011).

Both of them have been professors at the University of Valencia.

They have taken part in several national and international exhibitions and conferences, and their work can be found in a great number of specialist publications.

In 2007 they were included in Taschen's book **Design Now!**, an in-depth exploration of contemporary design collecting the latest works by 90 of the world's leading designers.

Equipo:

Gestión y dirección de diseño
Nacho Lavernia
Alberto Cienfuegos

Diseño industrial
Raúl Edo

Diseño gráfico
Fernando Amador
Eva Benedito
Carolina Hereu
Angel Márquez

Proyectos Internacionales
Mike Goodstadt
Arturo Ruiz

Administración
Lucía García

Team:

Management and art direction
Nacho Lavernia
Alberto Cienfuegos

Industrial design
Raúl Edo

Graphic design
Fernando Amador
Eva Benedito
Carolina Hereu
Angel Márquez

International Projects
Mike Goodstadt
Arturo Ruiz

Administration
Lucía García

Lavernia&Cienfuegos
C/ Félix Pizuceta, 23 bajo interior
46004 Valencia - Spain
Tel. +34 963 525 750

www.lavernia-cienfuegos.com
lavernia@lavernia.com
cienfuegos@lavernia.com

Filosofía:

Estamos especialmente interesados en trabajos integrales, en los que nos hemos ocupado del diseño de producto, packaging, identidad corporativa, catálogos, stands en ferias, pagina web...

Nos gusta enfocar los temas como marketing y de comunicación que afecten al proyecto y al cliente; esto permite dar soluciones más sólidas y más eficaces y cuidar la coherencia.

No tenemos ninguna preferencia especial respecto al sector de actividad de nuestro cliente. Nos gusta comprometernos con el cliente, con su producto, con su estrategia.

Nos gusta dar la vuelta a los encargos, ponerlos patas arriba y mirarlos desde otro sitio para encontrar un enfoque nuevo, distinto, capaz de aportar algo más. Sabemos que la potencia del diseño está en alcanzar la máxima expresividad con los mínimos elementos.

Nos gusta investigar nuevos puntos de vista, intentando conseguir nuevas formas de comunicar.

Participación en exposiciones:

1986 “Diseño en España”. Museo Reina Sofía. Madrid.
1992 “La casa de Barcelona”. Barcelona.
1992 “DOM” Diseño de Objetos y Mobiliario. Expo92. Sevilla.
1994 “20 diseñadores valencianos”. IVAM Museo. Valencia.
1998 “Diseño industrial en España”. Museo Reina Sofía. Madrid.
1999 “Signos del siglo”. Museo Reina Sofía. Madrid
2002 “Pasión, Diseño Español”. Berlin
2003 “Spanish product design”. Nueva Delhi
2005 “Spain colours”. Tokyo.
2008 “HAPPY END, 10 procesos de diseño” DDI-Circulo de Bellas Artes. Madrid
2008 “Diseño, Visión, Innovación” DDI-Circulo de Bellas Artes. Madrid
2009 “Suma y Sigue del disseny a la Comunitat Valenciana” MUVIM. Valencia
2010 “Todo es diseño” Icograda Design Week. Madrid
2010 “Made in Japan, the true story of Spanish design” Tokyo Designer’s Week. Tokyo

Philosophy:

We are especially interested in the design as a whole. We like to be involved in the design of products, packaging, corporate identity, catalogues, fair stands, web sites...

We like to consider different aspects like marketing and communication that concern the project. In this way we are able to get efficient and strong design solutions.

We don’t have any preferences among our clients. But we prefer companies that are interested in design and bet for innovation and risk. We like to make a commitment with our clients, with their products, with their strategy.

We try to simplify as much as we can in order to communicate a lot with just a few elements. In each project we are very interested in finding a concept over which to develop our work because we think that a good job always has to be based on a good initial idea.

We like to look for new points of view, trying to get new ways to communicate.

Participation in Exhibitions:

1986 “Diseño en España”. Reina Sofía Museum. Madrid.
1992 “La casa de Barcelona”. Barcelona.
1992 “DOM” Diseño de Objetos y Mobiliario. Expo92. Sevilla.
1994 “20 diseñadores valencianos”. IVAM Museum. Valencia.
1998 “Diseño industrial en España”. Reina Sofía Museum. Madrid.
1999 “Signos del siglo”. Reina Sofía Museum. Madrid
2002 “Pasión, Diseño Español”. Berlin
2003 “Spanish product design” New Delhi
2005 “Spain colours”. Tokyo.
2008 “HAPPY END, 10 procesos de diseño” DDI-Circulo de Bellas Artes. Madrid
2008 “Diseño, Visión, Innovación” DDI-Circulo de Bellas Artes. Madrid
2009 “Suma y Sigue (Carrying Forward) of design in the Valencian Community”, MUVIM. Valencia
2010 “Todo es diseño” Icograda Design Week. Madrid
2010 “Made in Japan, the true story of Spanish design” Tokyo Designer’s Week. Tokyo

Premios y nominaciones:

LAUS ADG-FAD (Asociación de Diseño Gráfico, España)
1986 Trofeo. Señalización. Autopista A-7
1997 Trofeo. Imagen corporativa “Aigua de Valencia”
1997 Nominación. Packaging accesorios baño
1998 Trofeo. Packaging “Ishtar”
1998 Nominación. Catálogo “Ishtar”
1999 Nominación. Packaging “Babé”
2001 Nominación. Imagen corporativa restaurante
2002 Nominación. Tipografía “Habana”
2003 Selección. Packaging “El juego de los ciclistas”
2007 Selección. Packaging “9.60”

AEPD (Asociación Española de Profesionales del Diseño)
1997 Nominación. Packaging “Aigua de Valencia”
2006 Premio. Sistema de señalización “Pictos”

DELTA ADI-FAD (Asociación de Diseño industrial, España)
2003 Plata. Accesorios de baño “City”
2007 Plata. Sistema de señalización “Pictos”
2009 Selección. Accesorios de baño “Suma”

TDC (Type Directors Club de Nueva York)
2005 Diseño editorial “Papel Elefante”
2007 Portada de libro “LC&A”

DESIGN PLUS (German Design Council)
2005 Bañera “Tina”
2005 Lavabo “City”
2007 Sanitarios “Transit”
2007 Plato ducha “Bonjour”

BANEO (Cevisama, España)
2006 Sistema de señalización “Pictos”

LIDERPACK (Concurso Nacional del Packaging, España)
2007 Packaging “9.60”

THE DIELINE (EEUU)
2010 Packaging “Codizia”

INTERIOR INNOVATION AWARD (Germany)
2011 Lavabo “Swing”
2011 Lavabo “Faro”

Awards and Nominations:

LAUS ADG-FAD (Assoc. of Graphic Designers, Spain)
1986 Trophy. Signage. Autopista A-7
1997 Trophy. Corporate image “Aigua de Valencia”
1997 Nominated. Packaging bathroom accessories
1998 Trophy. Packaging “Ishtar”
1998 Nominated. Catalogue “Ishtar”
1999 Nominated. Packaging “Babé”
2001 Nominated. Imagen corporativa restaurante
2002 Nominated. Tipografía “Habana”
2003 Selection. Packaging “El juego de los ciclistas”
2007 Selection. Packaging “9.60”

AEPD (Spanish Association of Design Professionals)
1997 Nominated. Packaging “Aigua de Valencia”
2006 Award-winner. Signage system “Pictos”

DELTA ADI-FAD (Assoc. of Industrial Design, Spain)
2003 Silver. Bathroom accessories “City”
2007 Silver. Signage system “Pictos”
2009 Selection. Bathroom accessories “Suma”

TDC (Type Directors Club of Nueva York)
2005 Editorial design “Papel Elefante”
2007 Book cover “LC&A”

DESIGN PLUS (German Design Council)
2005 Bathtub “Tina”
2005 Sink “City”
2007 Sanitaryware “Transit”
2007 Shower-plate “Bonjour”

BANEO (Cevisama, Spain)
2006 Signage system “Pictos”

LIDERPACK (National packaging awards, Spain)
2007 Packaging “9.60”

THE DIELINE (USA)
2010 Packaging “Codizia”

INTERIOR INNOVATION AWARD (Germany)
2011 Sink “Swing”
2011 Sink “Faro”



ALMA OUT

Butaca

Diseño: Lavernia y Cienfuegos. **Año:** 2009.

Ciente: Koo International.

Características: ALMA surge como resultado de buscar tipologías diferentes, intentando encontrar una composición y una relación distinta entre los elementos que componen una butaca. Dos volúmenes diferenciados que permiten combinar colores y materiales, lo que posibilita su uso en distintos espacios:

“ALMA IN” es la versión totalmente tapizada, ideal para interiores mientras que “ALMA OUT” es la de exterior, realizada en plástico (polietileno) que se combina, lo cual es una novedad en el mobiliario de exterior, con el asiento en tela.

Armchair

Design: Lavernia & Cienfuegos. **Year:** 2009.

Client: Koo International.

Description: Characteristics: ALMA comes up as the result of looking for different typologies, trying to find a different composition and relationship among the elements that form an armchair. Two differentiated volumes that allow us to combine colours and materials, making possible its use in different areas:

“ALMA IN” is the totally upholstered version, ideal for interiors, whereas “ALMA OUT” is the one for outside. It is made of plastic (polythene) that can be combined with the fabric seat, which is a new feature in outdoors furniture.



ALMA IN

Butaca

Diseño: Lavernia y Cienfuegos. **Año:** 2009.

Cliente: Koo International.

Características: ALMA surge como resultado de buscar tipologías diferentes, intentando encontrar una composición y una relación distinta entre los elementos que componen una butaca. Dos volúmenes diferenciados que permiten combinar colores y materiales, lo que posibilita su uso en distintos espacios:

“ALMA IN” es la versión totalmente tapizada, ideal para interiores mientras que “ALMA OUT” es la de exterior, realizada en plástico (polietileno) que se combina, lo cual es una novedad en el mobiliario de exterior, con el asiento en tela.

Armchair

Design: Lavernia & Cienfuegos. **Year:** 2009.

Client: Koo International.

Description: Characteristics: ALMA comes up as the result of looking for different typologies, trying to find a different composition and relationship among the elements that form an armchair. Two differentiated volumes that allow us to combine colours and materials, making possible its use in different areas:

“ALMA IN” is the totally upholstered version, ideal for interiors, whereas “ALMA OUT” is the one for outside. It is made of plastic (polythene) that can be combined with the fabric seat, which is a new feature in outdoors furniture.



9.60

Gráfica y envases para línea de cosmética masculina

Diseño: Lavernia y Cienfuegos. **Año:** 2006.
Ciente: Laboratorios RNB.

Características: Productos de cosmética masculina, de gran consumo (*massmarket*) que se distribuyen en exclusiva en los más de 1000 supermercados de la cadena española MERCADONA.

Se trata de una línea básica que se posiciona como producto ligado a conceptos como estar en forma, hacer deporte, ejercicio físico... El diseño trata de reforzar este posicionamiento: mediante el *namig*, que remite a la idea de *crona*, de record deportivo, y mediante la resolución formal de los envases, que hacen referencia a la morfología del músculo. Todos los envases de 200 ml y 100 ml se han diseñado en materiales plásticos flexibles y en formas que se adaptaran a la mano y soportaran bien los golpes y el transporte en bolsas de deporte.

Premio: LIDERPACK. 2007

Design of the bottles and graphics of cosmetics products for men

Design: Lavernia & Cienfuegos. **Year:** 2006.
Cient: RNB laboratories.

Description: A mass-market range of cosmetic products for men that are exclusively distributed in more than 1000 supermarkets of the Spanish chain MERCADONA.

This basic line of cosmetics is related to concepts such as being fit, playing sport, exercising... The design of the package tries to reinforce these concepts. The name brings out the idea of a sport record, and the package makes reference to the morphology of the muscle. All the 100 ml and 200 ml containers were design with an ergonomic shape and fabricated in flexible plastic so they are very resistant and they can be carried in a sport bag.

Award: LIDERPACK. 2007



TINA

Bañera

Diseño: Lavernia y Cienfuegos. **Año:** 2004.

Ciente: Sanico.

Características: Responde plenamente a la nueva concepción del cuarto de baño que ha evolucionado desde lo puramente funcional a ser una estancia en la que cada vez pasamos más tiempo y en la que cada vez cobra mayor importancia el aspecto simbólico, lúdico y estético.

De ahí sus formas redondeadas, acogedoras, a la vez rotundas y sugerentes, claramente diferenciadas, además, de las formas cuadradas, rectilíneas tan de moda en el diseño actual de bañeras y lavabos.

Está realizada en resina mineral (STONEFEEL®).

Premio: Design Plus del German Design Council. 2005

Bathtub

Design: Lavernia & Cienfuegos. **Year:** 2004.

Client: Sanico.

Description: TINA provides an answer to the new idea of bathroom, which has evolved from pure functionality into being a room where we spend more and more time and where the symbolic, entertaining and aesthetic side gets more importance. For this reason the shapes are rounded, comfortable and suggesting, opposite to the squared and straight shapes so in fashion today.

It is made out of STONEFEEL® (mineral resin).

Award: Design Plus of the German Design Council. 2005



ECOBX

Contenedor de residuos

Diseño: Lavernia y Cienfuegos. **Año:** 2009.

Cliente: Don Hierro.

Características: Cada vez es más frecuente que los nuevos diseños de cocinas incorporen elementos más o menos estándar para el reciclado de residuos. Pero existen millones de hogares donde los muebles de la cocina aún carecen de estos y las bolsas con residuos no encuentran su sitio. ECOBOX es un sencillo contenedor metálico, en el que se puede usar cualquier tipo de bolsa de plástico compartimentando el espacio según las necesidades. Se ha diseñado pensando también en espacios semi-públicos (oficinas, despachos, consultas,...)

Waste container

Design: Lavernia & Cienfuegos. **Year:** 2009.

Client: Don Hierro

Description: It is getting more and more frequent that the new designs of kitchens incorporate elements more or less standard for the recycling of residues. But there are million of houses where the kitchen furniture does not incorporate them and the bags with these residues do not find their place. ECOBOX is a simple metallic container, in which any type of plastic bag can be used, dividing the space according to specific needs. It has been designed thinking also about semi-public area.



COLOR ELEFANTE

Revista de arte

Diseño: Lavernia y Cienfuegos. **Año:** 2003.

Cliente: Galería de arte "Papel Elefante".

Características: Hace unos años surgió en Valencia un espacio alternativo dedicado a la pintura, escultura, diseño, fotografía, conciertos de jazz o de música clásica, etc. Un espacio que recoge propuestas culturales de vanguardia: COLOR ELEFANTE. Allí nació la revista PAPEL ELEFANTE, dedicada al arte, a la poesía... La maquetación de cada número es encargada a un diseñador: el n° 3, que es el que aquí se presenta, nos tocó a nosotros. El enfoque del diseño de este número consiste en meter los textos dentro de unas masas "grises", casi negras, ovoides y visualmente muy potentes, para dar más presencia a aquellas páginas donde el texto era el único elemento visual, que quedaban, sin esos fondos, muy debilitadas frente a las otras páginas en las que se reproducen pinturas, ilustraciones o esculturas, que en sí mismas tienen peso y fuerza.

Premio: Certificate of Typographic Excellence del Type Directors Club de Nueva York. 2004

Art magazine

Design: Lavernia & Cienfuegos. **Year:** 2003.

Client: Art Gallery "Papel Elefante".

Description: Some years ago, an alternative space where there was room for painting, sculpture, design, photography, jazz and classical music concerts, *et cetera*, was born in Valencia. It is involved with the latest cultural tendencies, and its name is COLOR ELEFANTE. The magazine PAPEL ELEFANTE that deals with art, literature, *et cetera* was created as a complement. Each issue of the magazine has been carried out by a different designer. We were asked to design the issue n° 3.

What we did was to insert a white text inside a dark-gray rounded mass that provoked a visual impact. It gives greater importance to pages where the text was the unique visual element and had to compete with pages that contained paintings, drawings or sculptures and were visually more attractive.

Award: Certificate of Typographic Excellence. New York Type Directors Club. 2004



CODIZIA MAN

Gráfica y envase para fragancia de hombre

Diseño: Lavernia y Cienfuegos. **Año:** 2010.

Cliente: Laboratorios RNB.

Características: CODIZIA for Men es la fragancia masculina de esta marca que se lanzó hace ya tres años al mercado femenino. Comparte con aquella el posicionamiento de producto de calidad, diferencial, y con un precio muy inferior a las colonias del segmento de gama alta.

El envase trata de comunicar similares atributos: sensualidad, elegancia, dinamismo... y lo hace siguiendo el mismo lenguaje y algunas características del predecesor femenino, como la solución del encuentro entre cuerpo y tapón, pero con cambios que le reafirman su personalidad masculina: los colores y la volumetría, que pasa de la horizontal a la verticalidad de Codizia for Men.

Se distribuye también en exclusiva en las tiendas de la cadena MERCADONA.

Design of the bottle and graphics for man fragrance

Design: Lavernia & Cienfuegos. **Year:** 2010.

Client: RNB laboratories.

Description: CODIZIA for Men is a male fragrance from the same brand which was launched three years ago the female market. It shares the quality product positioning, differential, and has a much lower price than high-end colognes.

The packaging communicates similar attributes: sensuality, elegance, dynamism, etc. It does this following the same language and some of the characteristics of its female predecessor, as in the solution for the join between body and cap, but with changes that reaffirm their male personality: the colors and the volume, which moves from the horizontal to a vertical position for Codizia for Men.

Is also distributed exclusively in the MERCADONA chain of supermarkets.



CODIZIA

Gráfica y envase para fragancia de mujer

Diseño: Lavernia y Cienfuegos. **Año:** 2007.

Ciente: Laboratorios RNB.

Características: CODIZIA es una fragancia dirigida a un mercado femenino que busca un producto de calidad, diferencial, pero a un precio muy inferior a las colonias del segmento de gama alta.

El envase trata de comunicar estos atributos: elegancia, personalidad, sofisticación,... en base a formas redondeadas, en vidrio acabado en oro y con dos superficies blancas curvas, enfrentadas, que producen un juego de luces y reflejos.

La caja se resuelve con un gráfico que alude a las formas y colores del envase. Se distribuye en exclusiva en las tiendas de la cadena MERCADONA.

Premio: The Dieline award (thedieline.com). 2010

Design of the bottle and graphics for woman fragrance

Design: Lavernia & Cienfuegos. **Year:** 2007.

Client: RNB laboratories.

Description: CODIZIA is a fragrance developed for women who look for a quality and premium product, but at a much lower price than the top range perfumes.

Its bottle tries to transmit these attributes: elegance, personality, sophistication... With its rounded shapes, the golden finished glass, and the two curved white surfaces, which facing each other, produce a light and reflection effect.

The package has a graphic design that refers to the shapes and colours of the bottle. It is distributed exclusively at MERCADONA shops.

Award: The Dieline award (thedieline.com). 2010



CITY

Accesorios para el baño

Diseño: Lavernia y Cienfuegos. **Año:** 2002.

Cliente: Sanico.

Características: Planteamos el proyecto de forma que se enfatizara el que debía ser el principal factor de diseño: la resistencia, ya que el objetivo era conseguir una serie que se adecuara a un uso masivo, de colectividades, como hoteles, oficinas, espacios públicos, etc.

Su aspecto tenía que ser robusto, de ahí que recurriésemos a formas exteriormente contundentes, basándonos en prismas rectangulares. En contraste, los orificios que configuran los espacios de uso, son curvos y redondeados.

Están realizados en resina mineral (STONEFEEL®) combinados con latón.

Premio: Delta de plata del ADIFAD (Asociación de diseñadores industriales. España). 2003

Bathroom accessories

Design: Lavernia & Cienfuegos. **Year:** 2002.

Client: Sanico.

Description: The basic idea of the design was to emphasize the resistance. The main purpose of the design of this collection of accessories was to achieve appropriateness for a heavy use such as the one given in hotels, restaurants, *et cetera*.

Since the units had to look robust and strong, the design was based on rectangular prisms. In contrast, the holes that conform the spaces of utility are rounded.

Made out of both mineral resin (STONEFEEL®) and brass.

Award: Silver Delta ADIFAD (Industrial designers association. Spain). 2003



LC&A

Portada para libro

Diseño: Lavernia y Cienfuegos. **Año:** 2006.

Cliente: Universitat Jaume I.

Características: Portada para el libro que la Universitat Jaume I de Castelló nos dedicó en su colección Dissenyadors Valencians. L, C, &, A, cuatro caracteres que se superponen, se suman y trabajan juntos.

Premio: Certificate of Typographic Excellence del Type Directors Club de Nueva York. 2007

Book cover

Design: Lavernia & Cienfuegos. **Year:** 2006.

Client: Universitat Jaume I (Jaume I University).

Description: We were asked to design a cover for a book that Jaume I University focused on our works. It belongs to a collection called "Dissenyadors Valencians" (Valencian Designers). It consists on four characters or letters "L, C, &, A", that work together, combining one on top of the other.

Award: Certificate of Typographic Excellence. New York Type Directors Club. 2007



PICTOS

Sistema de señalización

Diseño: Lavernia y Cienfuegos. **Año:** 2005.

Ciente: Sanico.

Características: Amplia gama de elementos, pensados especialmente para la señalización de interiores. Su contorno cuadrado o rectangular tiene dos funciones, la de asegurar una homogeneidad formal en toda la serie y la de posibilitar la formación de agrupaciones que suman sus significados o se complementan. Estas señalizaciones en bloque, verticales u horizontales, son especialmente útiles en indicadores de dirección. Uno de los principales objetivos del diseño ha sido el de la claridad, que el signo se interprete de forma inmediata e inequívoca, por ello se han utilizado tan sólo iconos reconocidos universalmente. El programa PICTOS se complementa con un alfabeto completo, que incluye números. Las piezas son autoadhesivas y están fabricadas en acero inoxidable cortado mediante láser.

Premios: AEPD (Asociación Española de Profesionales del Diseño). 2006 · Delta de Plata (ADI-FAD). 2007

Sign system

Design: Lavernia & Cienfuegos. **Year:** 2005.

Client: Sanico.

Description: A wide range of icons specially designed for interiors. Its squared and rectangular shape has two tasks. The first one is to secure homogeneity, and the second one is to make possible the combination of signs to add meanings and to complement each other. The sign system is very useful when it comes to directions. The main purpose of the design is to achieve clarity and immediate interpretation. Therefore we have used universally recognizable icons. The PICTOS project includes a complete alphabet and numbers. The signs are self-adhesive and fabricated in stainless steel cut by laser.

Awards: AEDP (Spanish Design Professionals Association). 2006 · Silver Delta Award (ADI-FAD). 2007

CDI COLEGIO DE DISEÑADORES CV DE INTERIOR C.VALENCIANA



CDI/CV

Identidad corporativa para el Colegio de Diseñadores de Interior de la Comunidad Valenciana

Diseño: Lavernia y Cienfuegos. **Año:** 2009.

Cliente: Colegio de Diseñadores de Interior de la C.V.

Características: La marca presentaba el problema de unas siglas difíciles de leer, de pronunciar y una denominación muy larga que resulta difícil de identificar y memorizar.

La solución propuesta pretende hacer de la necesidad virtud. Dar una solución tipográfica a un problema tipográfico. Para ello se ha buscado una composición funcional de las siglas que favorezca la lectura y la identificación.

Una solución que, además, constituye una unidad compacta, en la que siglas y denominación están en el propio logo.

Una solución estable y potente, en blanco o en negro sobre cualquier color y que es neutra, duradera y con las connotaciones de seriedad y rigor que el briefing pedía.

Corporate identity for the Colegio de Diseñadores de Interior de la Comunidad Valenciana

Design: Lavernia & Cienfuegos. **Year:** 2009.

Client: Colegio de Diseñadores de Interior de la C.V.

Description: This brand presented the problem of having initials difficult to read and pronounce and of having a lengthy title difficult to recognise and memorise.

The proposed solution attempted to make a virtue of a necessity by giving a typographic solution of a typographic problem. Therefore for the initials, a functional composition was looked for which would favour readability and recognition.

The solution additionally consisted of a compact unit in which the initials and the title became the actual logo. This solution was stable and powerful, white or black over whatever colour and is neutral, durable and with connotation of reliability and and rigour which the brief asked for.



COMOTÚ

Gráfica y envase para fragancias

Diseño: Lavernia y Cienfuegos. **Año:** 2005.

Cliente: Laboratorios RNB.

Características: La línea de fragancias “mass-market” COMOTÚ, diseñada para la cadena de supermercados Mercadona, pretendía ser un producto sencillo, de acuerdo con su precio, pero muy bien presentado.

Para potenciar la imagen de marca y minimizar los costes de producción se decidió diseñar una sola botella para las 8 fragancias —cuatro de hombre en negro y cuatro de mujer en blanco— y diferenciar cada uno de los perfumes con un color que sólo aparece en el tapón.

Una botella de formas redondeadas, amistosa, envasada en cajas de sofisticados acabados brillantes y metalizados.

El diseño final del conjunto “botella-caja de presentación” tiene la virtud de transmitir un alto nivel de calidad y de moda por un precio realmente competitivo, demostrando que los productos mass-market si están bien diseñados se venden mejor.

Design of the bottles and graphics for fragrances

Design: Lavernia & Cienfuegos. **Year:** 2005.

Client: RNB laboratories.

Description: The collection of mass-market fragrances COMOTÚ, designed for Mercadona, was aimed to be a simple product, in harmony with its price, but with a surprising presentation. In order to achieve a good brand image and minimize the costs of production, only one bottle design was used for the eight different fragrances, four in black for men and four in white for women. The distinct fragrances can be differentiated thanks to the different colours of their tops.

The shape of the bottle is rounded and curved, and the packages show shiny and metallic colours.

The final design both of the bottle and its package has the gift to transmit high quality and modernity at a competitive price. It proves that a mass-market product with a good design can be very successful.



PASTAS DENTALES

Gráfica para pastas dentales

Diseño: Lavernia y Cienfuegos. **Año:** 2009.

Cliente: Laboratorios Korott.

Características: Uno de los objetivos del diseño era el de transmitir la idea de una línea de higiene bucodental eficaz, cuidada, pensada para solucionar problemas reales y, a la vez, que se diferenciase de las marcas más importantes ofreciendo una imagen de calidad equiparable.

Se ha utilizado una solución tipográfica, que es muy funcional porque se lee con facilidad y porque se define claramente la utilidad del dentífrico, y en la que las superposiciones de letras y sus transparencias aportan la riqueza formal necesaria para personalizar la gama, connotar calidad de productos y evocar el esmero con que han sido formulados y fabricados.

Graphic design for toothpastes

Design: Lavernia & Cienfuegos. **Year:** 2009.

Client: Korott laboratories.

Description: One of the design objectives was to communicate the idea of an efficient, detailed dental care range, thought to solve real problems and, at the same time, different from the most important brands offering a similar image of quality.

We have used a typographic solution, which is very functional because it can be read easily and communicates clearly the utility of the toothpaste. The overlapping of the letters and their transparencies provide the necessary graphic richness to personalize the range, to show the quality of the products and to suggest the care for details which they have been produced with.



CITY

Lavabo

Diseño: Lavernia y Cienfuegos. **Año:** 2003.

Cliente: Sanico.

Características: Lavabo de una sola pieza para colgar o colocar sobre mueble o repisa.

Dos modelos simétricos en los que el seno es como una erosión producida en un prisma perfecto y está, además, desplazado para dar el mayor tamaño posible a la superficie encimera.

Se fabrica en piedra natural y en STONEFEEL® (resina mineral).

Premio: Design Plus del German Design Council. 2005

Washbasin

Design: Lavernia & Cienfuegos. **Year:** 2003.

Client: Sanico.

Description: A one-piece washbasin that can be put on a cabinet or hung on the wall.

Two symmetrical models in which the sink looks like an erosion on a perfect prism. The sink has been moved to one side in order to provide the maximum space for the surface in which accessories are located.

Made out of both STONEFEEL® (mineral resin) and natural rocks.

Award: Design Plus of the German Design Council. 2005



FRESCA Y LAVANDA

Gráfica y envases para colonias

Diseño: Lavernia y Cienfuegos. **Año:** 2006.

Cliente: Laboratorios RNB.

Características: Diseño de botellas y gráfica de dos aguas de colonia mass-market de venta en la cadena de distribución Mercadona.

Las botellas (750 ml) son de plástico soplado coloreado, con un acabado translúcido.

Un diseño actual con un aire sofisticado para un concepto de colonia a granel.

Design of the bottles and graphics for colognes

Design: Lavernia & Cienfuegos. **Year:** 2006.

Client: RNB laboratories.

Description: Bottles and graphics for two mass-market colognes distributed by Mercadona stores nationwide. The bottles (750ml) are made out of coloured translucent plastic.

A modern design with an air of sophistication.



SUMA

Accesorios para el baño

Diseño: Lavernia y Cienfuegos. **Año:** 2007.

Cliente: Sanico.

Características: Serie de complementos para el baño, cuya principal característica es la versatilidad, con lo que es posible configurar conjuntos a medida, de acuerdo con las necesidades de cada persona y las limitaciones de cada baño.

El sistema se basa en barras de longitudes varias, donde se pueden acoplar distintos elementos, tales como jaboneras, estantes, portacepillos, espejos, revisteros, perchas, etc...

El sistema permite, además, añadir o variar elementos a posteriori. Latón cromado, aluminio anodizado y silicona han sido los materiales empleados. La flexibilidad de este último ha permitido resolver algunas piezas de un modo singular, como por ejemplo el portacepillos o el dosificador de jabón.

Bathroom accessories

Design: Lavernia & Cienfuegos. **Year:** 2007.

Client: Sanico.

Description: Range of bathroom accessories which main characteristic is the versatility. It is possible to customize the settings according to the need of each person and the circumstances of each bathroom.

The system is based in bars of different lengths, where you can fit several elements such us soap dishes, shelves, toothbrush holders, mirrors, magazine racks, holders, etc... Besides the system allows to add or to change the elements afterwards. Chromed brass, anodized aluminium and silicone were the materials used. The flexibility of this last one allowed to design some pieces in a singular way, as it is the case of the toothbrush holder and the soap dispenser.





SUMA

Accesorios para el baño

Diseño: Lavernia y Cienfuegos. **Año:** 2007.

Cliente: Sanico.

Características: Accesorios de sobremesa para el baño pertenecientes a la serie Suma.

Se fabrican en latón cromado y silicona, cuya flexibilidad ha permitido resolver algunos elementos de forma singular como por ejemplo el portacepillos o el dosificador de jabón.

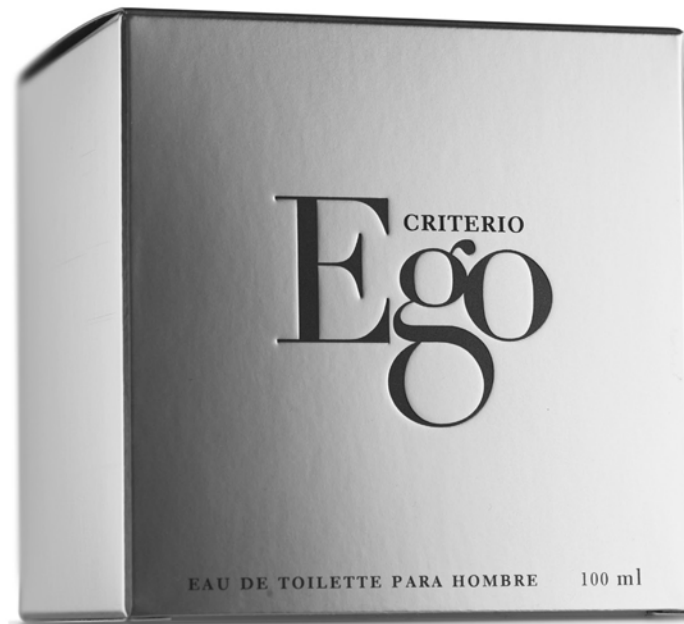
Bathroom accessories

Design: Lavernia & Cienfuegos. **Year:** 2007.

Client: Sanico.

Description: Table accessories for the bathroom belonging to the Suma series.

They are made of chromed brass and silicone whose flexibility allowed to design some pieces in a singular way, as it is the case of the toothbrush holder and the soap dispenser.



EGO

Gráfica y envase para fragancia masculina

Diseño: Lavernia y Cienfuegos. **Año:** 2010.

Ciente: Laboratorios RNB.

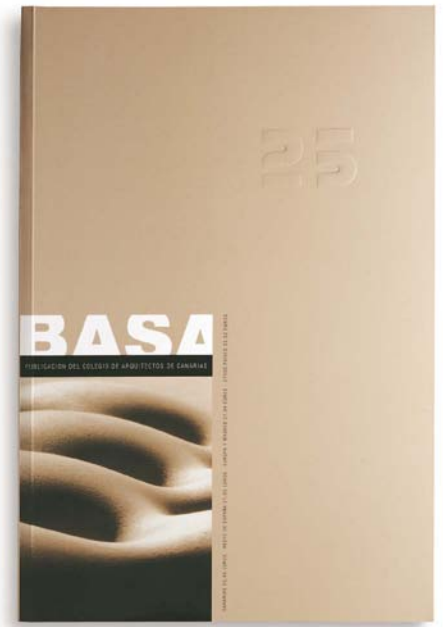
Características: Ego trata de conectar con un público moderno, preocupado por su apariencia, por una elegancia sofisticada. El envase de vidrio facetado se ha pintado de plata mate, de modo que la volumetría de la pieza se hace rotunda, nítida. Ego utiliza un lenguaje visual directo y a la vez refinado. El logo se resuelve igualmente con contundencia, apartir de una tipografía Didot en la que los rasgos de la letra 'g' se han agrandado para que a su alrededor las tres letras formen una unidad con más personalidad. Se distribuye en exclusiva en las tiendas de la cadena Mercadona.

Design of the bottle and graphics for man fragrance

Design: Lavernia & Cienfuegos. **Year:** 2010.

Client: RNB laboratories.

Description: Ego aims to connect with a modern audience, concerned about their appearance, for a sophisticated elegance. The faceted glass pack has been painted in matte silver, such that the volume of the piece is solid and clearly defined. Ego uses a visual language which is direct and at the same time refined. The logo has been dealt with with equal strength, starting with a Didot typeface in which the characteristics of the letter 'g' have been enlarged so that in context, three letters together form a single entity with more personality. It is distributed exclusively at the Mercadona chain of supermarkets.



BASA

Revista de arquitectura. Portadas

Diseño: Lavernia y Cienfuegos. **Año:** 2001-2003.

Cliente: Colegio de arquitectos de Canarias.

Características: Durante 2 años hemos maquetado la revista BASA, revista oficial del Colegio de Arquitectos de Canarias.

Architectural magazine. Covers

Design: Lavernia & Cienfuegos. **Year:** 2001-2003.

Client: Canary Islands Official College of Architects.

Description: For two years we elaborated the design for BASA magazine. It is the Official Magazine of the Canary Islands Official College of Architects.



BASA

Revista de arquitectura

Diseño: Lavernia y Cienfuegos. **Año:** 2001-2003.

Ciente: Colegio de arquitectos de Canarias.

Características: Durante 2 años hemos maquetado la revista BASA, revista oficial del Colegio de Arquitectos de Canarias.

Premio: LAUS (Nominación) del ADGFAD. 2002

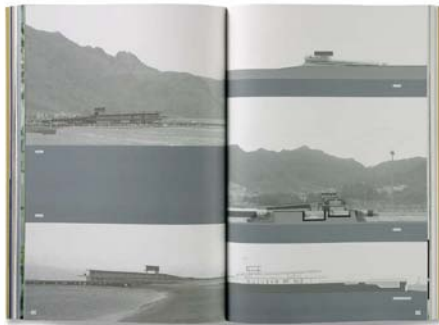
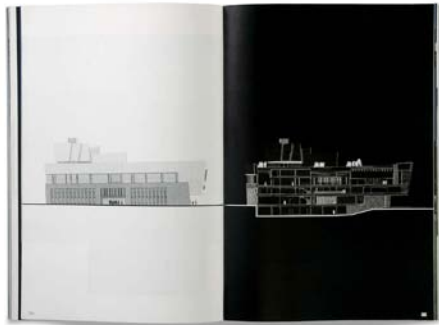
Architectural magazine

Design: Lavernia & Cienfuegos. **Year:** 2001-2003.

Client: Canary Islands Official College of Architects.

Description: For two years we elaborated the design for BASA magazine. It is the Official Magazine of the Canary Islands Official College of Architects.

Award: LAUS (Nomination) of ADGFAD. 2002



BASA

Revista de arquitectura

Diseño: Lavernia y Cienfuegos. **Año:** 2001-2003.

Cliente: Colegio de arquitectos de Canarias.

Características: Durante 2 años hemos maquetado la revista BASA, revista oficial del Colegio de Arquitectos de Canarias.

Premio: LAUS (Nominación) del ADGFAD. 2002

Architectural magazine

Design: Lavernia & Cienfuegos. **Year:** 2001-2003.

Client: Canary Islands Official College of Architects.

Description: For two years we elaborated the design for BASA magazine. It is the Official Magazine of the Canary Islands Official College of Architects.

Award: LAUS (Nomination) of ADGFAD. 2002



BODY MILK DELIPLUS

Gráfica y envases para leches hidratantes

Diseño: Lavernia y Cienfuegos. **Año:** 2007.

Ciente: Laboratorios RNB.

Características: Diseño de botellas y gráfica de una línea de hidratantes corporales de venta en la cadena de distribución Mercadona.

Las botellas (400 ml) son de PE soplado coloreado, con un acabado translúcido "soft-touch".

Se buscaron formas suaves y redondeadas, agradables de tocar, y una gráfica sencilla pero contundente.

Design of the bottles and graphics for body milk range

Design: Lavernia & Cienfuegos. **Year:** 2007.

Client: RNB laboratories.

Description: Design of the bottles and graphic design of the body milk line for the distribution chain Mercadona.

The bottles (400ml) are made of blown coloured PE, with a translucent soft-touch finish.

We looked for soft and rounded shapes, nice to touch, and a simple but powerful graphic design.



METRO

Grifería

Diseño: Lavernia y Cienfuegos. **Año:** 2004.

Cliente: Sanico

Características: SANICO (el fabricante) nos encargó una grifería con una apariencia neutra que le facilitara la convivencia formal con la mayoría de lavabos y otros sanitarios del mercado, pero especialmente con sus propios lavabos.

El resultado es METRO: un grifo esencialmente resuelto con la intersección de dos cilindros, en donde se han integrado al máximo los dos elementos funcionales del aparato: la maneta de selección de temperatura y/o caudal, y el filtro aireador, que se encuentra totalmente oculto, desmontándose fácilmente en caso de limpieza con una moneda o similar. Dos cilindros inclinados que resuelven todas las versiones de la serie.

Faucets

Design: Lavernia & Cienfuegos. **Year:** 2004.

Client: Sanico

Description: Sanico (the manufacturer) asked us to design faucets with a neutral appearance that could fit with a wide range of washbasins and other bathroom items of the market, and specially, with their own washbasins.

The result is Metro: a faucet essentially resolved through the intersection of two cylinders, where the two main elements of the faucet have been integrated: the handle that selects the temperature, and the aerator filter, which is completely hidden and it can be taken apart, in case of cleaning, with the help of a coin or something similar.



LA COCINA DE CHINA

Gráfica para restaruante chino

Diseño: Lavernia y Cienfuegos. **Año:** 2000.

Cliente: Bamboo Partners.

Características: La Cocina de China es un ejercicio de comunicación y diseño en el que se convierte lo obvio en marca. Tanto la imagen como su denominación utilizan lo evidente, lo inmediato. Y ha funcionado, porque muy a menudo en comunicación lo obvio es lo más sorprendente y lo más eficaz.

Premio: LAUS (Nominación) del ADGFAD. 2001

Graphic design for a Chinese restaurant

Design: Lavernia & Cienfuegos. **Year:** 2000.

Client: Bamboo Partners.

Description: The design is an exercise of communication in which the obvious element turns into the brand. Both the image and the naming make use of obvious and immediate elements of the visual Chinese culture. The most obvious element is often the most surprising and efficient. Our design proves that it is true, as it worked successfully.

Award: LAUS (Nomination) of ADGFAD. 2001



ÚNICO MUSK

Packaging para fragancia de mujer

Diseño: Lavernia y Cienfuegos. **Año:** 2011.

Ciente: Laboratorios RNB.

Características: Musk es una sustancia muy apreciada en perfumería. Es usado con mucha frecuencia para dar cuerpo y calidez a muchos perfumes. Su delicado aroma evoca pureza, piel limpia, sosiego, suavidad.

La botella cilíndrica, la textura textil de la caja, la gráfica... y todo, en el diseño de Único Musk, quiere evocar el placer de lo cotidiano, de las cosas sencillas, naturales, auténticas.

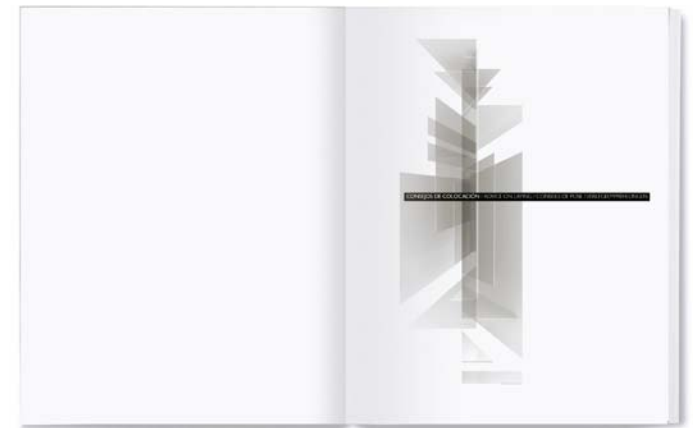
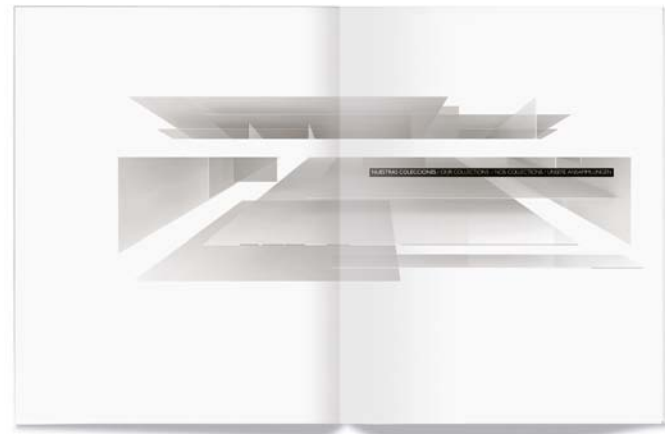
Packaging for woman fragrance

Design: Lavernia & Cienfuegos. **Year:** 2011.

Client: RNB laboratories.

Description: Musk is a highly valued substance in perfumery. It is very frequently used to give body and quality to many perfumes. Its delicate aroma evokes purity, clean skin, peacefulness, smoothness.

The cylindrical bottle, the textile texture of the box, the graphic... and all, in the design of the Único Musk, want to evoke the pleasure of the habitual, of things simple, natural, authentic.



KERABEN

Portada y dobles páginas para catálogo

Diseño: Lavernia y Cienfuegos. **Año:** 2008.

Cliente: Keraben.

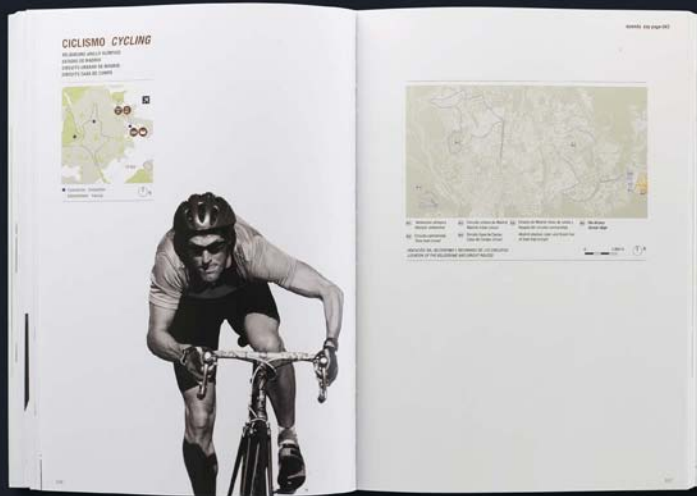
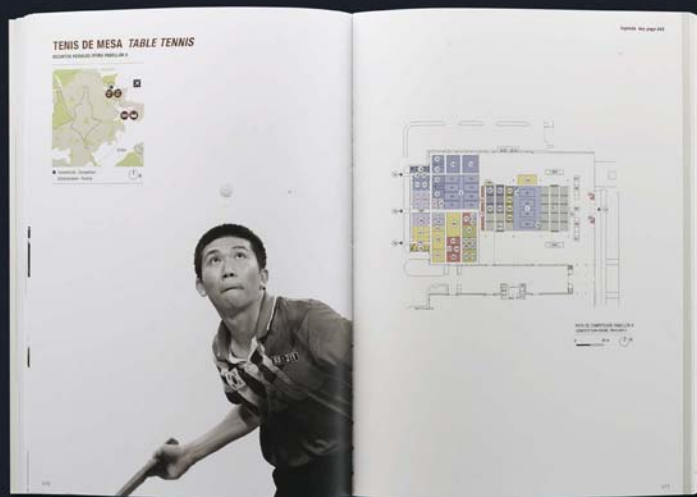
Características: Keraben, fabricante de azulejos cerámicos, nos pidió un diseño de portada de catálogo que reflejara de una manera notable y llamativa la nueva estrategia de la empresa: ofrecer productos dirigidos principalmente al ámbito de la arquitectura y del "contract". Una explosión de planos conforman un espacio de infinitas posibilidades.

Cover and pages spread for catalogue

Design: Lavernia & Cienfuegos. **Year:** 2008.

Client: Keraben.

Description: Keraben, ceramic tile manufacturer, requested a design for their catalogue cover that reflected, in a remarkable and striking way, the new strategy of the company: to offer products targeted mainly to the architecture and "contract" field. An explosion of planes shapes a space of infinite possibilities.



MADRID 2012

Dossier para candidatura olímpica

Diseño: Laverna y Cienfuegos. **Año:** 2004.

Ciente: Sociedad Madrid 2M12.

Características: En el año 2004, ganamos el concurso para el diseño del Dossier de Presentación de la Candidatura Olímpica para Madrid 2012. Un trabajo en el que fue importante la logística: la planificación y la coordinación de todos los equipos que elaboraban los contenidos (textos, imágenes en 3D, planos, maquetas, fotografías, etc.) con nuestro equipo de diseño, que tuvo que definir con antelación todos los parámetros de diseño a los que los colaboradores debían ceñirse. El trabajo fue, además, un ejercicio de equilibrio entre criterios funcionales y estéticos. Era obligado conseguir la mayor claridad expositiva: facilidad de manejo, de lectura y de búsqueda de los contenidos; y por otro lado era básico que el dossier fuera atractivo, transmitiera modernidad, dinamismo, calidad...

Olympic candidacy dossier

Design: Laverna & Cienfuegos. **Year:** 2004.

Client: Madrid 2M12 society.

Description: In the year 2004 we were the winners of a competition that was organized to decide who would be in charge of the design of the Olympic candidacy dossier. The planning and coordination between the team that was in charge of the elaboration of the contents (texts, 3D images, drawings, models, photos, *et cetera*) and our team of designers was very important. Previously, we had to describe all the conditions for the design that the cooperators should follow. Moreover, we had to reach a balance between aesthetics and functionality. The aim was to achieve maximum visual clarity. On one side, the reading and the search of specific contents ought to be an easy task; on the other side, the dossier ought to be attractive, modern, dynamic, *et cetera*.



BONJOUR

Plato de ducha

Diseño: Lavernia y Cienfuegos. **Año:** 2005.

Cliente: Sanico.

Características: Diseño de plato de ducha que responde a un requerimiento básico: la posibilidad de incorporar mamparas estándar. Para ello se dejó una zona plana en su perímetro para que descansa la mampara. En el interior una superficie plana, con una levisima inclinación por la que el agua circula hasta el desagüe, oculto bajo una tapa de acero inoxidable. El grosor es mínimo, de modo que puede instalarse sobre el suelo o encastrado.

Se diseñaron dos complementos: una plataforma de secado en madera de teca y un contenedor para botellas, esponjas, etc. realizado en el mismo material que el plato de ducha, que se fabrica en STONEFEEL® y piedras naturales, en dos tamaños estándar: 80 x 130 y 80 x 180 cm, con disponibilidad de suministrarse con cualquier medida de largo entre 130 y 180 cm.

Premio: Design Plus del German Design Council. 2007

Shower tray

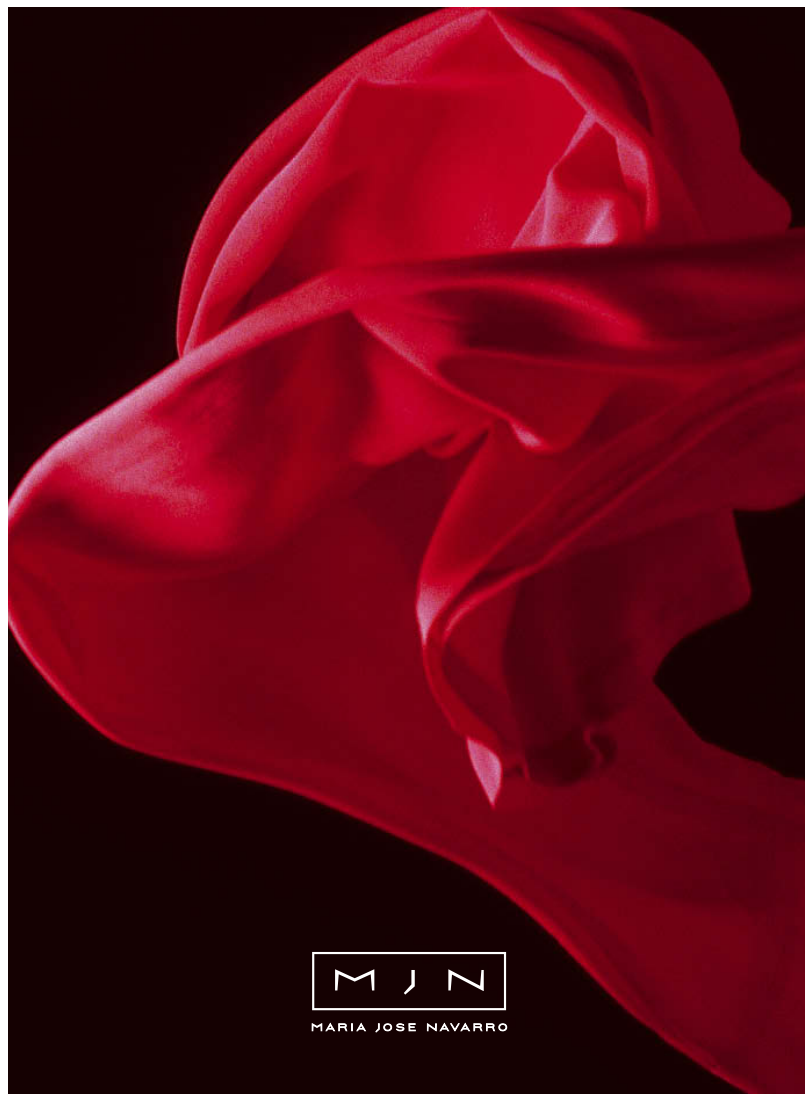
Design: Lavernia & Cienfuegos. **Year:** 2005.

Client: Sanico.

Description: A basic requirement for the design was the possibility to incorporate standard-sized shower stall. The stall rests on a straight piece specifically designed for this reason. On the inside there is a surface that has a slight inclination so that the water runs toward a covered stainless steel drain. The shower tray was designed to be very thin so that it can be installed on top of the floor or built-in to the floor.

Two items were designed to complement the shower: a wooden drying platform and a container for shower accessories (bottles, sponges, *et cetera*). The container was made out of the same material as the shower tray, both STONEFEEL® and natural rocks, and was available in two standard sizes: 80 x 130 cm and 80 x 180 cm, with the option of customizing to any length between 130 and 180 cm.

Award: Design Plus of the German Design Council. 2007



MJN

Identidad corporativa para diseñadora de ropa

Diseño: Lavernia y Cienfuegos. **Año:** 1996/2005.

Cliente: Cia. Mediterránea Ediciones de Moda.

Características: Todo el trabajo gráfico está pensado en función de la eficacia de la comunicación y de las características y circunstancias del cliente. La solución de la marca se ajusta al criterio de racionalidad, elegancia y austeridad del estilo de María José Navarro como diseñadora de ropa. La utilización del blanco y negro, la aparente simplicidad formal de las letras MJN, enriquecida por el rasgo afilado de los palos de la tipografía, pretenden ser un fiel reflejo del estilo de la empresa y, además, adaptarse con facilidad a su uso en etiquetas, bolsas, rótulos de fachada...

Lo mismo ocurre con el resto de piezas de la imagen, displays, postales, dossiers de prensa, que durante nueve años han sido nuestra responsabilidad.

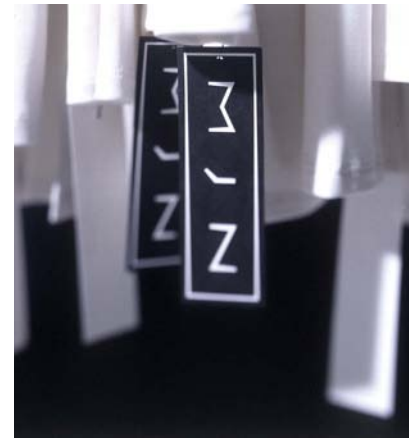
Corporate identity for a fashion designer

Design: Lavernia & Cienfuegos. **Year:** 1996/2005.

Client: Cia. Mediterránea Ediciones de Moda.

Description: The design's aim is to be efficient at communicating. For the design, we bore in mind the characteristics and circumstances of the client. The logo agrees with the elegance and austeridad of Maria Jose Navarro's style as a fashion designer. The logo consists on a simple typeface of sharp features in black and white colours, that follows the brand style and that can be easily adapted to labels, bags, lettering, *et cetera*.

Since 1996, we are also in charge of displays, post cards, press dossiers, *et cetera*.



M A R I A J O S E N A V A R R O

MJN

Identidad corporativa para diseñadora de ropa

Diseño: Lavernia y Cienfuegos. **Año:** 1996/2005.

Cliente: Cia. Mediterránea Ediciones de Moda.

Características: Todo el trabajo gráfico está pensado en función de la eficacia de la comunicación y de las características y circunstancias del cliente. La solución de la marca se ajusta al criterio de racionalidad, elegancia y austeridad del estilo de María José Navarro como diseñadora de ropa. La utilización del blanco y negro, la aparente simplicidad formal de las letras MJN, enriquecida por el rasgo afilado de los palos de la tipografía, pretenden ser un fiel reflejo del estilo de la empresa y, además, adaptarse con facilidad a su uso en etiquetas, bolsas, rótulos de fachada...

Lo mismo ocurre con el resto de piezas de la imagen, displays, postales, dossiers de prensa, que durante nueve años han sido nuestra responsabilidad.

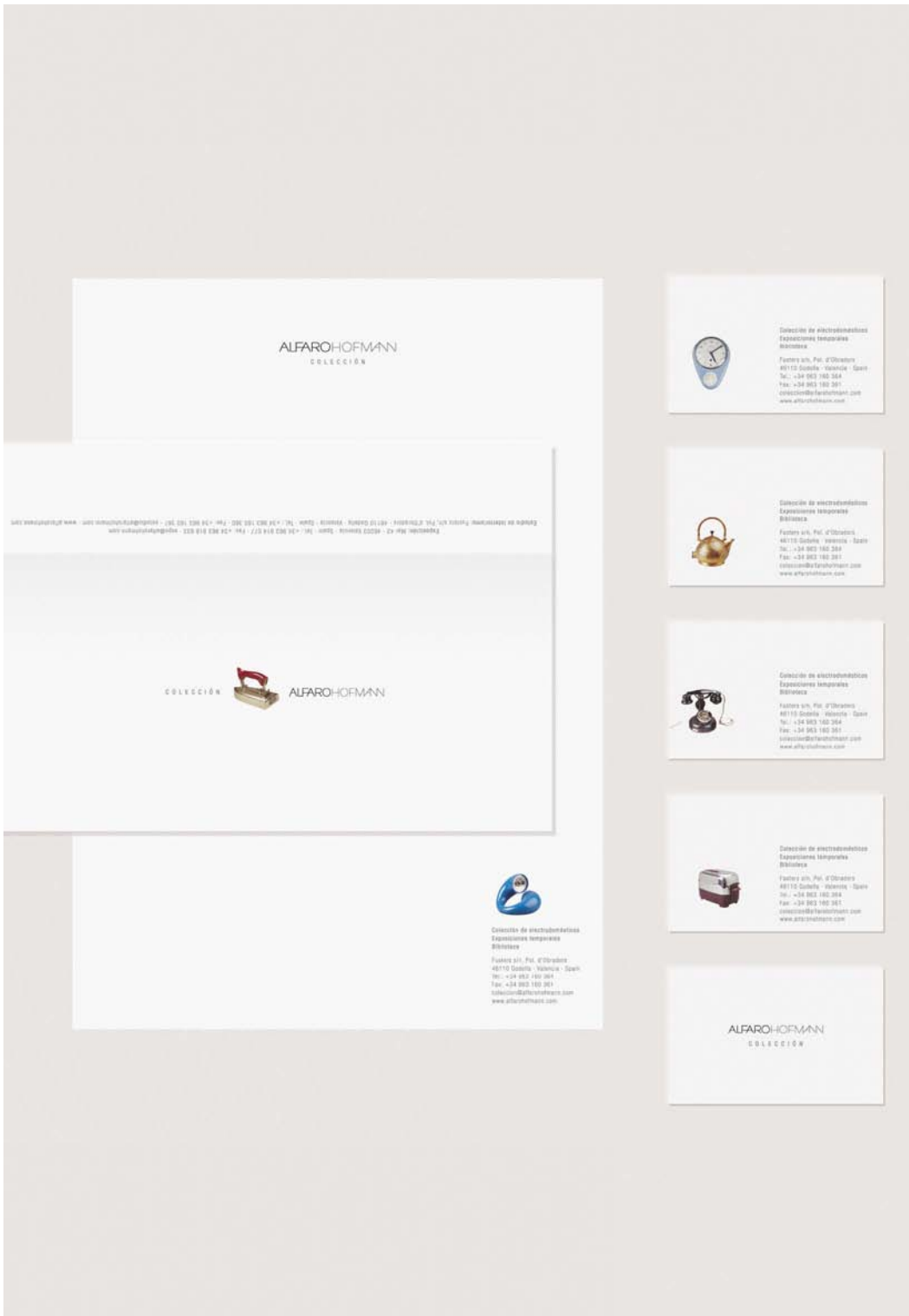
Corporate identity for a fashion designer

Design: Lavernia & Cienfuegos. **Year:** 1996/2005.

Client: Cia. Mediterránea Ediciones de Moda.

Description: The design's aim is to be efficient at communicating. For the design, we bore in mind the characteristics and circumstances of the client. The logo agrees with the elegance and austeriy of Maria Jose Navarro's style as a fashion designer. The logo consists on a simple typeface of sharp features in black and white colours, that follows the brand style and that can be easily adapted to labels, bags, lettering, *et cetera*.

Since 1996, we are also in charge of displays, post cards, press dossiers, *et cetera*.



ALFARO HOFMANN

Identidad corporativa para colección de electrodomésticos

Diseño: Lavernia y Cienfuegos. Año: 2003.
 Cliente: Alfaro Hofmann.

Características: La imagen diseñada para Alfaro Hofmann utiliza fotos de su colección de electrodomésticos y una tipografía estilo "Avant Garde", muy ligada a la época dorada de la historia del pequeño electrodoméstico.

Corporate identity for collection of electrical appliances

Design: Lavernia & Cienfuegos. Year: 2003.
 Client: Alfaro Hofmann.

Description: To design the identity for Alfaro Hofmann, we have used photos of his collections of electrical appliances and an "Avant Garde" style typeface that brings back memories of the golden age of the small electrical appliance.



TRANSIT

Sanitarios

Diseño: Lavernia y Cienfuegos. **Año:** 2006.

Ciente: Sanico.

Características: Serie de sanitarios, inodoro y bidé, que combina STONEFEEL® (blanco, crema o antracita) en el exterior y porcelana en el interior. La resina mineral STONEFEEL® se combina con la porcelana formando una pieza en la que cada material aporta sus cualidades: la porcelana, su limpieza e higiene, y el STONEFEEL® su textura sedosa y su capacidad de crear planos y formas que en porcelana no se pueden conseguir.

El inodoro se presenta en dos versiones: con cisterna empotrada y con cisterna externa.

Premio: Design Plus del German Design Council. 2007

Bathroom fittings

Design: Lavernia & Cienfuegos. **Year:** 2006.

Client: Sanico.

Description: A range of bathroom fittings, lavatories and bidet, made out of STONEFEEL® (white, beige or anthracite) on the outside, and porcelain on the inside. STONEFEEL® (mineral resin) and porcelain are combined to create a product in which each material offers its own qualities: the porcelain is clean and hygienic, while the STONEFEEL® has a silky texture and is able to be molded into shapes and forms that porcelain can not.

Two different versions of the lavatories were designed, one with an external tank, and another tank to be fitted in a rear wall.

Award: Design Plus of the German Design Council. 2007



FRANCIS MONTESINOS

Envase para fragancia de mujer

Diseño: Lavernia y Cienfuegos. **Año:** 2008.

Cliente: Laboratorios RNB.

Características: Un cilindro de vidrio negro y una envoltura de color fuxia para evocar el mundo creativo de Francis Montesinos en el que se aúnan la tradición y la vanguardia, lo mediterráneo y lo sofisticado.

Bottle for a woman fragrance

Design: Lavernia & Cienfuegos. **Year:** 2008.

Client: RNB Laboratories.

Description: A black glass cylinder wrapped in fuchsia in order to evoke the creative world of Francis Montesinos in which the traditional and the modern, the Mediterranean and the sophisticated are combined.



BABÉ

Gráfica para línea cosmética

Diseño: Lavernia y Cienfuegos. **Año:** 1998-2007.

Ciente: Laboratorios RNB.

Características: BABÉ es una línea dermocosmética de distribución exclusiva en farmacias. En 1998 diseñamos la imagen de marca y el packaging de las cuatro líneas de producto. Cada una de ellas singularizada por un símbolo y un color. El planteamiento del packaging, tanto de cajas como de envases, lo hicimos tratando de que la imagen fuera más farmacéutica que cosmética. Sobre el fondo blanco los textos compuestos en caja adquieren mucho protagonismo: queremos poner de relieve que la información sobre las características y composición del producto tiene para BABÉ un valor fundamental. Desde 1998 nos ocupamos de desarrollar toda la comunicación gráfica: envases, cajas, displays, expositores de producto, folletos, prospectos, "stands" de feria, regalos promocionales e, incluso, la página web, www.laboratoriosbabe.com.

Premio: LAUS (Nominación) del ADFAD. 1999

Graphic design for cosmetic range

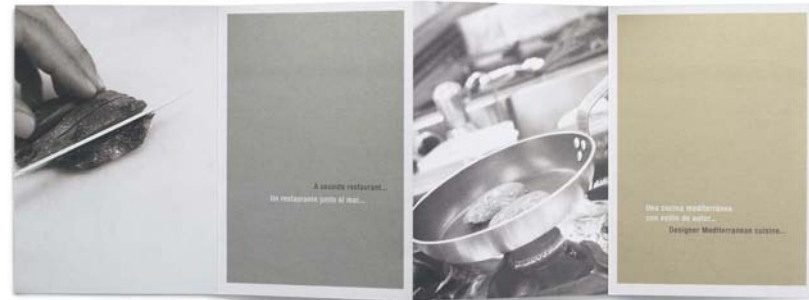
Design: Lavernia & Cienfuegos. **Year:** 1998-2007.

Cient: RNB laboratories.

Description: BABÉ is a brand of cosmetics products which is exclusively distributed at chemist's. In 1998, the logo and packaging, for the four divisions of the product, were designed. Each one has its own colour and symbol. The aim of the packaging design was to emphasize the relationship between BABÉ cosmetic products and the chemist's. The text is written over a white background: we wanted to emphasize that the characteristics and information about the product are fundamental for BABÉ.

Since 1998, we have been in charge of the packaging, displays, points-of-purchase, stands, promotional gifts, *et cetera*. We also designed the web page, www.laboratoriosbabe.com

Award: LAUS (Nomination) of ADFAD. 1999



NEPTUNO

Identidad corporativa para hotel

Diseño: Lavernia y Cienfuegos. **Año:** 2004.

Cliente: Hotel Neptuno.

Características: El Hotel Neptuno es consecuencia de un trabajo de colaboración entre un interiorista, en este caso Andrés Alfaro, y un equipo de diseño gráfico, LC&A. El hotel está situado en La Malvarrosa, a pie de playa. La marca juega con el dibujo de un tridente que, a su vez, da nombre al restaurante del hotel, y la línea gráfica (cartas, folletos, amenities, etc.) se basa en fotografías en blanco y negro de la playa y del mar de La Malvarrosa.

Corporate identity for a hotel

Design: Lavernia & Cienfuegos. **Year:** 2005.

Client: Neptuno Hotel.

Description: Neptuno Hotel is the result of a project in which the interior designer Andrés Alfaro and our graphic designers team (LC&A) worked together. The Hotel is placed in La Malvarrosa, at first-line beach. The brand is the drawing of a trident, what gives name to the hotel restaurant (Trident Restaurant). The graphic design (applied to Menus, leaflets, amenities, *et cetera*) consists on black and white photographs of the beach and the sea.



i-plash®
© 2002 BCN03 TM

I-PLASH

Mascota para X mundiales de natación

Diseño: Lavernia y Cienfuegos. **Año:** 2002.

Cliente: Organización del Mundial de Natación BCN 2003.

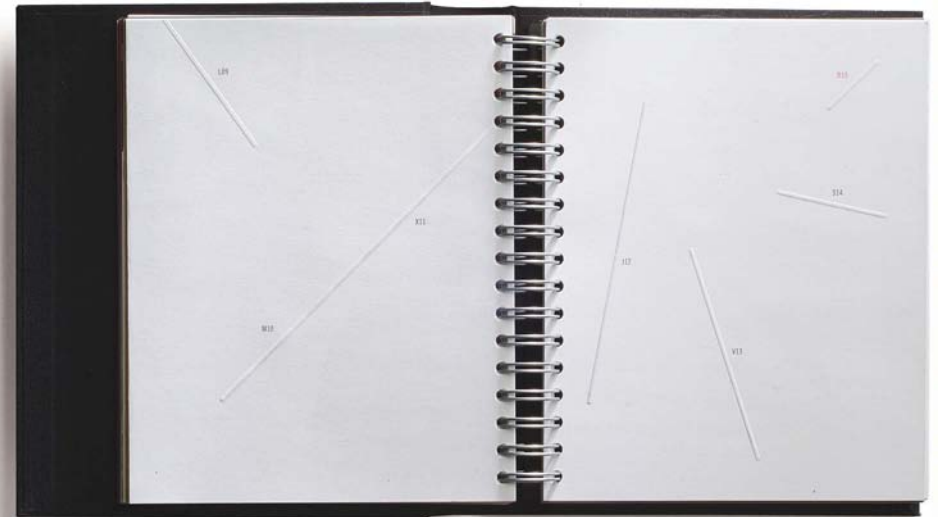
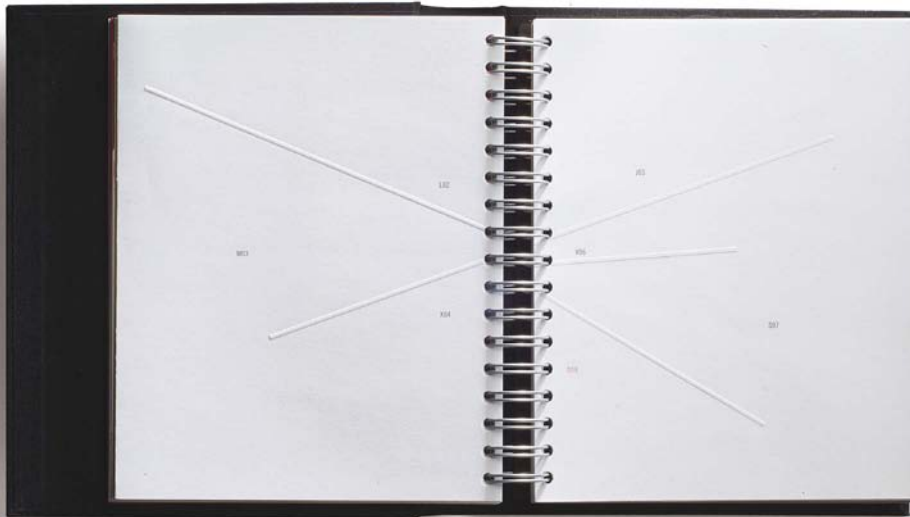
Características: Nos encargaron el diseño de la mascota para los Campeonatos del Mundo de Natación, celebrados en Barcelona en el año 2003. Como toda mascota debía remitir formalmente al tema, en este caso al agua y a las actividades relacionadas con la natación. Era un caso claro de diseño emocional, capaz de despertar cariño, simpatía.

Mascot for X World Swimming Championship

Design: Lavernia & Cienfuegos. **Year:** 2002.

Client: Committee for the Organization of the X World Swimming Championship BCN 2003.

Description: We were in charge of the design of the mascot for the X World Swimming Championship that took place in Barcelona in 2003. The shape of the mascot ought to make reference to water and to the activities related to this sport. It is an emotional design able to provoke empathy and affectivity.



AGENDA VERNETTA

Diseño del mes de Junio

Diseño: Lavernia y Cienfuegos. **Año:** 2003.

Cliente: Imprenta "Gráficas Vernetta".

Características: Estas son algunas páginas del mes de junio de la Agenda Vernetta. Líneas irregulares sin color, casi inexistentes, producidas por golpe seco, delimitan el espacio irregular de cada día laborable. Un blanco casi immaculado como referencia de un futuro por escribir.

Design of the moth of June

Design: Lavernia & Cienfuegos. **Year:** 2003.

Client: "Gráficas Vernetta" printer's.

Description: These are some of the month of June's pages of the diary. It consists on colourless irregular lines, almost invisible, that work as a frontier between days. The absence of elements on the pages transmits the idea of a future to be written.



SWING

Lavabo de pie

Diseño: Lavernia y Cienfuegos. **Año:** 2008.

Cliente: Sanico.

Características: El cliente nos pidió que diseñáramos un lavabo de pie, exento, enfocado principalmente a instalaciones públicas tales como hoteles o restaurantes, sin renunciar a los espacios privados.

Querían “un lavabo singular,... que no pase desapercibido...”. En Swing no hay simetrías ni se puede hablar de cara principal, de frontal o trasera, al menos hasta que se instala el grifo, de modo que el lavabo se convierte en una referencia visual decisiva, en una pieza alrededor de la cual se articula el espacio del baño.

Realizado en piedra natural, lo que refuerza más si cabe el carácter escultórico del diseño.

Freestanding washbasin

Design: Lavernia & Cienfuegos. **Year:** 2008.

Client: Sanico.

Description: The client asked for the design of a freestanding washbasin, targeted mainly for public buildings, such as hotels or restaurants, without leaving aside domestic places. They wanted “a singular washbasin, ... one that doesn't go unnoticed”.

In Swing there aren't symmetries or front side, at least until you install the tap, so the washbasin becomes a decisive visual reference, a piece around which the bathroom revolves.

It is made of natural stone, reinforcing the sculptural character of the design.



FARO

Lavabo de pie

Diseño: Lavernia y Cienfuegos. **Año:** 2008.

Cliente: Sanico.

Características: El cliente nos pidió que diseñáramos un lavabo de pie, exento, enfocado principalmente a instalaciones públicas tales como hoteles o restaurantes, sin renunciar a los espacios privados.

Querían “un lavabo singular,... que no pase desapercibido...”. En Faro no hay simetrías ni se puede hablar de cara principal, de frontal o trasera, al menos hasta que se instala el grifo, de modo que el lavabo se convierte en una referencia visual decisiva, en una pieza alrededor de la cual se articula el espacio del baño.

Realizado en piedra natural, lo que refuerza más si cabe el carácter escultórico del diseño.

Freestanding washbasin

Design: Lavernia & Cienfuegos. **Year:** 2008.

Client: Sanico.

Description: The client asked for the design of a freestanding washbasin, targeted mainly for public buildings, such as hotels or restaurants, without leaving aside domestic places. They wanted “a singular washbasin, ... one that doesn't go unnoticed”.

In Faro there aren't symmetries or front side, at least until you install the tap, so the washbasin becomes a decisive visual reference, a piece around which the bathroom revolves.

It is made of natural stone, reinforcing the sculptural character of the design.



HABANA

Cartel tipográfico

Diseño: Lavernia y Cienfuegos. **Año:** 2004.
Cliente: ADCV. Asociación de diseñadores valencianos.
Características: Cartel para la exposición de tipografía "Vaya Tipo". Lo hicimos con el tipo Habana, contrastando cuerpos pequeños con tres caracteres gigantes, en positivo y negativo.

Typographic poster

Design: Lavernia y Cienfuegos. **Year:** 2004.
Client: ADCV. Association of Valencian designers.
Description: Poster for the exhibition of typography "Vaya tipo". We used Habana typeface, combining small and huge sizes in positives and in negatives.



SOLCARE

Gráfica y envases para línea solar

Diseño: Lavernia y Cienfuegos. **Año:** 2008.

Cliente: Laboratorios RNB.

Características: Diseño de envases y gráfica de una línea solar, de venta en la cadena de distribución MERCADONA. Las formas de las botellas están inspiradas en las de los cantos rodados de las playas.

La línea tiene un total de 40 productos.

Bottles and graphics for a sun cream

Design: Lavernia & Cienfuegos. **Year:** 2008.

Client: RNB Laboratories.

Description: Design of the bottles and graphics of a sun cream sold by the distribution chain MERCADONA. The shapes of the bottles are inspired by the stones of the beaches.

The line has a total of 40 products.

A K N

R X Y

2 8 &

A B C D E F G H I J K L

M N Ñ O P Q R S T U V

W X Y Z 0 1 2 3 4 5 6 7

8 9 \$ % & (. / , ; " ! ¡ ¿ ?)

HABANA

Tipografía

Diseño: Lavernia y Cienfuegos. **Año:** 1999.

Ciente: Colegio de Arquitectos de Canarias.

Características: La tipografía Habana fue diseñada en 1999 ex profeso para la revista "Basa" del Colegio de Arquitectos de Canarias. Está pensada para funcionar sobre todo en titulares, en cuerpos mayores a 20 puntos, ya que es así como mejor se aprecian sus peculiares rasgos expresivos. Dichos rasgos se insinuaron tras aplicar algunos efectos distorsionantes a la helvética, en su versión condensada. El nombre del tipo, "Habana", viene de que fue precisamente a esta palabra a la que se le aplicaron los primeros retoques digitales.

Typeface

Design: Lavernia & Cienfuegos. **Year:** 1999.

Client: Canary Islands Official College of Architects.

Description: A specific typeface called HABANA was designed for BASA magazine. It is aimed to appear mostly in headlines and sizes of more than 20 points, where its peculiar features stand out. HABANA derives from the modification and distortion of the already existing Helvetica. The typeface was named after HABANA because it was the first word on which the new typeface was applied.



241106VIERNES19.00CONFERENCIA
ARIK LEVY
Tel-Aviv 1963. Diseño Industrial en Art Center College of Design (Suiza). En 1991 ganó un Premio de Selko y esto le volvió a trabajar en varios proyectos de la compañía en Japón. Ha diseñado escenografías para el Gran Teatro de Ginebra, el Netherlands Dance Theatre y otras grandes compañías de ballet y ópera. Desde su estudio, Labeer, junto a su socio Pippo Luzzi, está realizando proyectos de desarrollo de producto, iluminación, identidad corporativa, packaging, interiorismo, diseño de "stands" y exposiciones, para clientes como Adidas, Belux, Carrefour, Cartier, Centro George Pompidou, Gallimard, Armani, I Guzzini, Ikea, L'Oréal, Renault, Selko Epson, Snooverash, Tecno o Vitra.
HOME, SWEETHOME?
REFLEXIONES SOBRE EL DISEÑO DEL HOGAR EN EL S.XXI



HOME, SWEET, HOME?

Gráfica para evento

Diseño: Laverna y Cienfuegos. **Año:** 2006.
Cliente: CDICV

Características: Composiciones tipográficas para cada uno de los eventos promovidos por el Colegio Oficial de Decoradores y Diseñadores de Interior de la Comunidad Valenciana (CDICV), Vitra y Valoffice, celebrado en la Caja Blanca, showroom de la empresa de decoración valenciana, con el fin de debatir sobre el futuro del diseño de la casa, tema sintetizado en el logo.



Graphic design for the event

Diseño: Laverna, Cienfuegos y Asociados. **Año:** 2006
Cliente: CDICV

Características: Typographic compositions for each of the events promoted by the Designers and Interior Decorators Association of the Valencia Region (CDICV), Vitra, and Valoffice, which took place at the Caja Blanca (White Box). This area is the showroom of Valoffice, decoration company of Valencia. The aim of the events was to debated about the future of house decoration, theme synthesized in the logo



BABÉ

Diseño de botella y gráfica para línea pediátrica

Diseño: Lavernia y Cienfuegos. **Año:** 2008.

Cliente: Laboratorios RNB.

Características: Siguiendo la línea de productos Babé, se ha diseñado esta gama infantil, para la que se utilizaron unas ilustraciones, hechas ex profeso, y que tienen el doble objetivo de identificar las tres sublíneas de producto y de evidenciar el carácter infantil de la línea.

Design of bottle and graphic for pediatric range

Design: Lavernia & Cienfuegos. **Year:** 2008.

Client: RNB laboratories.

Description: This child's range has been designed in line with the Babé full range of products, using illustrations made specially for this design, and with the double objective of identifying the three sub-ranges of the product and of demonstrating the character of the full range.



PREMIUM

Gráfica para línea cosmética facial

Diseño: Lavernia y Cienfuegos. **Año:** 2007/8.

Cliente: Laboratorios RNB.

Características: Gráfica para línea de productos de tratamiento facial de venta exclusiva en la cadena de supermercados Mercadona. El uso de metalizados y cromados pone de manifiesto el posicionamiento del producto: cosmética de lujo con ingredientes de alta calidad a precios muy competitivos.

Graphic design for skin care products

Design: Lavernia & Cienfuegos. **Year:** 2007/8

Client: RNB Laboratories.

Description: Graphics for the range of skin care products sold exclusively by the chain of supermarkets Mercadona. The use of metalized and chromed materials shows the positioning of the product: luxury cosmetic with high quality ingredients at very competitive prices.



ISHTAR

Gráfica para línea cosmética

Diseño: Laverna y Cienfuegos. **Año:** 1996

Cliente: Ishtar Cosméticos.

Características: El Grupo Iber, dedicado a la venta domiciliaria, decidió crear y comercializar una línea cosmética y encargó su diseño a LC&A. En el estudio se dió una solución global, desde el diseño de la marca, hasta el packaging y el catálogo.

Premio: LAUS del ADGFAD. 1998

Graphic design for cosmetic range

Design: Laverna & Cienfuegos. **Year:** 1996.

Client: Ishtar Cosmetics.

Description: The direct selling Group Iber decided to market their cosmetic products. We gave them a global design solution that included logo, packaging and catalogue.

Award: LAUS of ADGFAD. 1998



DOLORES PICTURES

Identidad corporativa
para productora de cine

Diseño: Lavernia y Cienfuegos. **Año:** 2000.

Cliente: Dolores pictures.

Características: El diseño del logo está basado en una figura femenina que representa a una directora de cine en plena "acción".

Corporate identity
for film producing company

Design: Lavernia & Cienfuegos. **Year:** 2000.

Client: Dolores pictures.

Description: Logo and identity for Dolores Pictures. The design is inspired on the figure of a woman that represents a film director in "action".



ANTARES

Catálogo de iluminación técnica

Diseño: Lavernia y Cienfuegos. **Año:** 2002.

Cliente: Antares/Flos.

Características: Dirección de arte y maquetación del catálogo diseñado para las piezas de iluminación técnica de ANTARES/FLOS.

Catalogue for technical lighting

Design: Lavernia & Cienfuegos. **Year:** 2002.

Client: Antares/Flos.

Description: Art direction and design of the catalogue for ANTARES/FLOS technical lighting catalogue.



AGUA DE CORTES

Packaging para agua mineral con gas

Diseño: Lavernia y Cienfuegos. **Año:** 2011.

Cliente: Agua de Cortes.

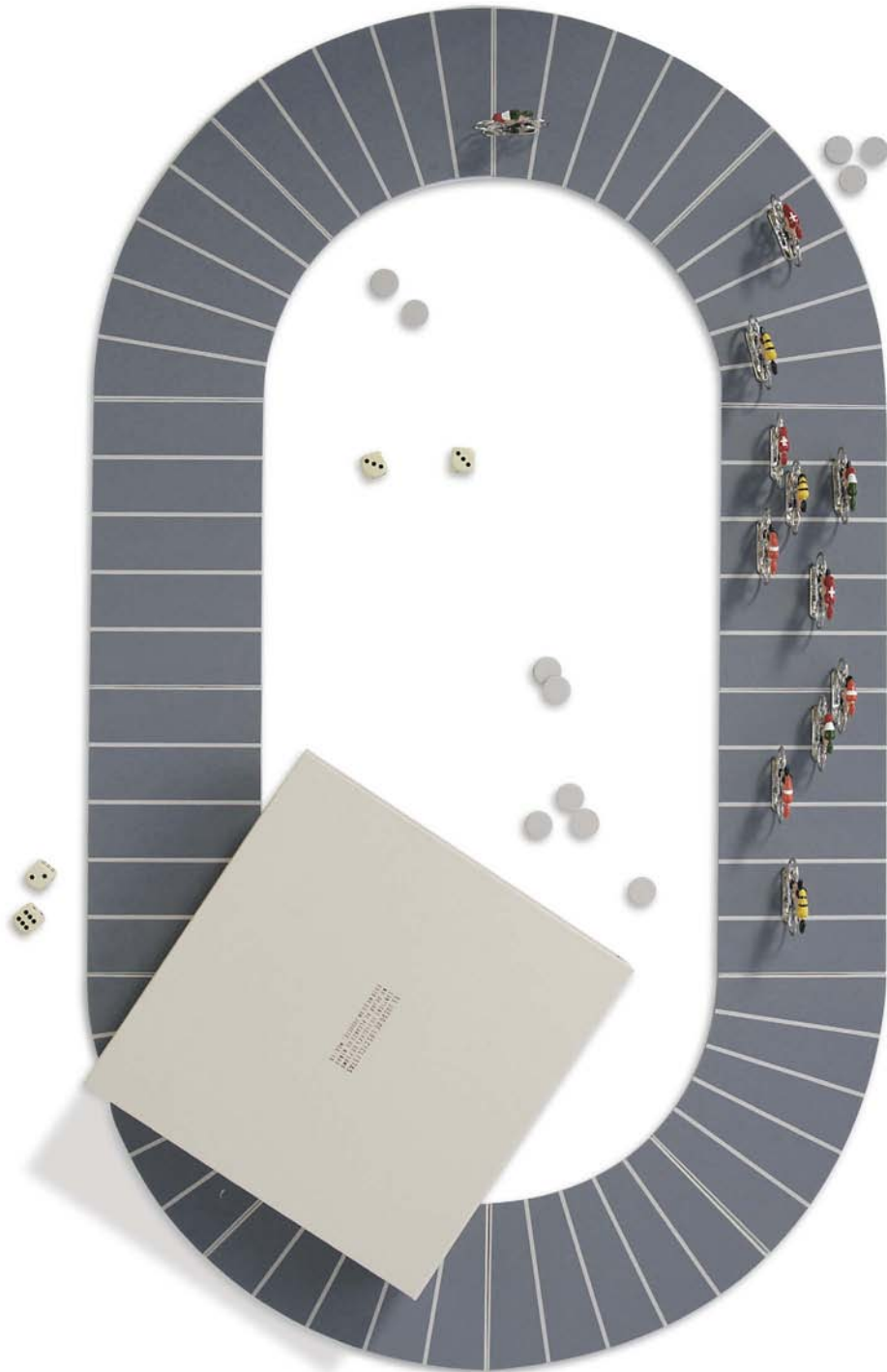
Características: La botella de 1,5 litros es el resultado de encajar todas las medidas para optimizar la capacidad del palet. Una solución tipográfica que ayuda a diferenciar este envase de los de su competencia y un inusual fondo blanco tanto para la etiqueta como para el pack de 6 botellas.

Packaging for sparkling mineral water

Design: Lavernia & Cienfuegos. **Year:** 2011.

Client: Agua de Cortes.

Description: The 1.5 litre bottle is the result of bringing together all the means of optimizing it for the size of the palette. The typographic solution helps differentiate the pack from its competitors and the unusual white background is used for both the label and the 6 bottle pack.



EL JUEGO DE LOS CICLISTAS

Packaging para juego de mesa

Diseño: Lavernia y Cienfuegos. **Año:** 1999.

Cliente: Nacho Lavernia.

Características: Para este juego de mesa la idea fue la de que no pareciera un juego, que no participara de los atributos gráficos de los productos de su categoría. Por dos razones, porque va dirigido a un público muy concreto que conoce estos ciclistas de su infancia, y porque al llevar 15 miniaturas de plomo pintadas a mano no debe confundirse jamás con un juguete para niños.

El uso de cartón, papel y madera y el texto de sello de caucho le priva de cualquier connotación de "diseñado".

Packaging for board game

Design: Lavernia & Cienfuegos. **Year:** 1999.

Client: Nacho Lavernia.

Description: The idea was that the board game did not look like a typical one. We did not want it to share graphic attributes typical of other board games. There were two reasons for this, the first one is that the board game is geared to a specific demographic that recognizes these cyclists from their childhood, and the second one is that, since it has fifteen miniature hand painted lead figures, it could not be confused with a game for children.

The materials used such as cardboard, paper and wood, and the text on stamp of rubber, give it a natural look, avoiding the "designed-product" image.



NEO

Lavabo

Diseño: Lavernia y Cienfuegos. **Año:** 2001.

Cliente: Sanico.

Características: NEO nació como respuesta al encargo de diseñar un lavabo de dimensiones relativamente pequeñas que pudiera funcionar igualmente solo (sujeto a la pared), o acompañado de otros elementos mobiliarios (contenedor, encimera, repisa, etc.). Sus dimensiones lo hacen apto para pequeños espacios tanto en el hogar como en lugares públicos.

Se fabrica en STONEFEEL® (resina mineral) y piedras naturales.

Washbasin

Design: Lavernia & Cienfuegos. **Year:** 2001.

Client: Sanico.

Description: The idea was to design a relatively small washbasin that could be both fixed to the wall or put on top of a piece of furniture. The size of the washbasin makes it suitable for small spaces such as houses or public places. Made out of both STONEFEEL® (mineral resin) and natural rocks.



TINTES DELIPLUS

Gráfica para línea de tintes de pelo

Diseño: Lavernia y Cienfuegos. **Año:** 2006.

Ciente: Azalea Cosmetics.

Características: Todos los fabricantes de tintes utilizan en el packaging imágenes de modelos, cada una con un peinado y un color de pelo diferente. Pusimos una condición para hacernos cargo del diseño: que no aparecieran modelos. Con ello dábamos algo distinto, abreviábamos el proceso, evitábamos la rápida obsolescencia de la moda en los peinados y reproducíamos el cabello a su escala real.

Graphic design for a hair dyes range

Design: Lavernia & Cienfuegos. **Year:** 2006.

Client: Azalea Cosmetics.

Description: It is common that hair dyes packaging show photographs of models with different hair colours and styles. We accepted the project on condition that no model would appear on the packaging. By avoiding the use of a model we did something different. In addition, the process was accelerated, and the fact that hair styles go rapidly out of fashion does not affect our design. What we did was to reproduce hair on a real scale.



SPOON

Lavabo

Diseño: Lavernia y Cienfuegos. **Año:** 2003.

Cliente: Sanico.

Características: El concepto formal de partida fue tratar de diferenciar claramente las dos zonas de uso del lavabo: por un lado el seno, donde se recoge y acumula el agua, y la encimera, donde se apoyan los objetos de uso relacionados y lo hace distanciando los planos y situándolos en dos niveles de altura distintos.

Hay dos modelos simétricos. Fabricados en porcelana blanca.

Washbasin

Design: Lavernia & Cienfuegos. **Year:** 2003.

Client: Sanico.

Description: The idea was to clearly differentiate the two distinct parts of the washbasin: the sink that catches and drains the water, and the countertop that holds all the accessories related to the washbasin. This differentiation was made clear by placing the two different planes, one higher than the other.

There are two symmetrical models. They are made out of white porcelain.



TAZA CAFÉS VALIENTE

Tazas de café

Diseño: Lavernia y Cienfuegos. **Año:** 2001/2002.

Cliente: Cafés Valiente.

Características: Nos pidieron que diseñáramos una taza propia, diferenciada. Una taza que fuera en las cafeterías donde la empresa distribuye sus productos la bandera de su marca, un elemento diferencial. Como el uso de las tazas es intensivo, no son tazas para el hogar sino para hostelería, los requerimientos del cuerpo de la taza son muy exigentes: debe ser apilable, resistente, duradera... De modo que podíamos hacer poco para cambiar significativamente el cuerpo de la taza. Lo diferencial tendríamos que encontrarlo en el asa, y sobre ella trabajamos. Fue entonces cuando decidimos darle la vuelta. Pusimos el asa en horizontal. Y nos encontramos con que estéticamente era una solución interesante porque sitúa en el mismo plano los dos círculos, el del cuerpo de la taza y el del asa. Y además esta posición del asa funciona, en algunas situaciones, cuando el peso de la taza llena es grande, mejor que el asa tradicional.

Coffee cups

Design: Lavernia & Cienfuegos. **Year:** 2001/2002.

Client: Cafés Valiente (Coffee Brand).

Description: We were asked to design a cup that could be clearly differentiated from the rest. A unique cup that Cafés Valiente could use as a symbol of identity and differentiation at the cafés where their coffee would be served. Since these cups were meant to be used at restaurants, and not at home, the requirements of the design were very specific: resistance, durability and possibility to be piled up. These conditions reduced the options of the design. The only element we could work with was the handle, and that is what we did. We decided to invert the position of the handle, to put it upside down. We designed the handle horizontally achieving an aesthetically interesting solution. Both circles, the cup and the handle, were viewed at the same level. In addition, this new position of the handle is useful when the cup is heavily full of liquid.



AUTA

Video portero electrónico

Diseño: Lavernia y Cienfuegos + Alós. **Año:** 1998.

Cliente: Auta.

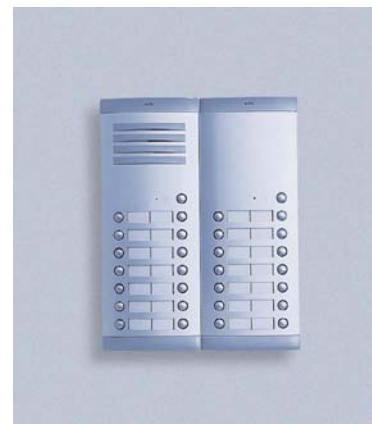
Características: Una superficie que se curva sutilmente y que acoge un auricular en el que la ergonomía ha configurado el volumen. Fabricado en ABS inyectado.

Video intercom

Design: Lavernia & Cienfuegos + Alós. **Year:** 1998.

Client: Auta.

Description: A video intercom with a surface that curves subtly and has an ergonomically designed headphone. Made out of ABS.



AUTA

Video portero electrónico

Diseño: Lavernia y Cienfuegos + Alós. **Año:** 1998.

Cliente: Auta.

Características: Placas de fachada realizadas con perfiles de aluminio estrusionado. El perfil se corta en diferentes largos, en función del número de pulsadores necesarios. El aluminio se remata con dos piezas de plástico inyectado.

Video intercom

Design: Lavernia & Cienfuegos + Alós. **Year:** 1998.

Client: Auta.

Description: Video Intercoms designed using extruded aluminium. The units were designed in different sizes depending on the number of buttons necessary. The aluminium finish has two pieces of plastic on each side.



PARC CIENTÍFIC

PARC CIENTÍFIC

Identidad corporativa

Diseño: Laverna y Cienfuegos. **Año:** 2004.

Cliente: Universitat de València.

Características: Marca del Parc Científic de la Universitat de València. Una red de empresas, centros de investigación y departamentos universitarios que se juntan para innovar, para convertir el conocimiento científico en tecnología y la tecnología en productos o servicios útiles para la sociedad.

Corporate identity

Design: Laverna & Cienfuegos. **Year:** 2004.

Client: Valencia University.

Description: Design of a logo for "Parc Científic de la Universitat de València". Several companies, research centres and university departments, joined to innovate, in order to change scientific knowledge into technology, and technology into useful services for society.



JUEGO DE TÉ

Juego de Té para Intermon Oxfam

Diseño: Lavernia y Cienfuegos. **Año:** 2008.

Cliente: Intermon Oxfam.

Características: Intermon Oxfam lleva más de 15 años trabajando en "Comercio Justo" apoyando a más de 100 grupos productores de África, América Latina y Asia, ofreciéndoles las herramientas y la asistencia técnica necesaria para que se incorporen al mercado internacional. Intermon Oxfam nos pidió que diseñáramos un juego de té en porcelana con la idea de incorporarlo a su catálogo de "Regalos Solidarios".

Tuvimos que adaptarnos a las posibilidades, recursos y limitaciones de producción del grupo artesano, recurriendo a soluciones formales sencillas, a volúmenes de revolución para realizar en torno, y asumiendo que las pequeñas imperfecciones propias de un proceso artesanal formaban parte del proyecto, a la vez que lo enriquecían. Hacer de la necesidad virtud, lo demás lo puso el entusiasmo, el oficio y la entrega total de artesanos que luchan por abrirse paso en un mundo cada vez más tecnificado e impersonal.

Tea set for Intermon Oxfam

Design: Lavernia & Cienfuegos. **Year:** 2008.

Client: Intermon Oxfam.

Description: For more than 15 years Intermon Oxfam has been supporting "fair trade", helping over 100 groups of producers from Africa, Latin America and Asia, offering them the necessary tools and technical assistance to introduce them into the international market. We were requested to design a tea set in porcelain to be included in the "charity presents" catalogue of Intermon Oxfam.

We had to fulfil the possibilities, resources and production limitations of the group of artisans, resorting to simple formal solutions, to spinning volumes to be made on a potter's wheel and taking into account that the small defects, inherent to craftwork, were part of the project and enriched it.

The idea was to turn necessity into virtue. The rest was possible thanks to the enthusiasm, the work and complete dedication of artisans struggling in a more and more technical and impersonal world.



UNA PELÍCULA DE LUNA

VINCENT GALLO · MARÍA DE MEDEIROS · JOAQUIM DE ALMEIDA · MARÍA LIDÓN · DANIEL ASER Y LA COLABORACIÓN DE JOSÉ SANCHO Y JOHNNY RAMONE
NIGGEMAN INDIEFILM EN ASOCIACIÓN CON DOLORES PICTURES Y GUERRILLA FILMS PRESENTA "STRANDED" (NÁUFRAGOS)
MAQUILLAJE: SAGRA RAMOS / JEFE DE PRODUCCIÓN: CARLOS AMADOR / JOSÉ JAIME LINARES / EFECTOS ESPECIALES: CINE EFECTO / SONIDO: FERRÁN MELIGDO / ORIOEL TARRAGÓ / SUPERVISOR DE PRODUCCIÓN: DOLO MAGÁN / ARTE: PABLO ROCA /
JUAN MIGUEL AGUILERA / MARGOT MASSINA / ROMANA RETEMOYA / AYUD. DIRECCIÓN: ADELA IBÁÑEZ / MONTAJE: LUIS DE LA MADRID / MÚSICA: JAVIER NAVARRETE / DIR. FOTOGRAFÍA: RICARDO ARONOVICH / GUION: J. M. AGUILERA
CONSEJERO PRODUCCIÓN: DANIEL SALES / PROD. ASOCIADOS: JOSÉ LÓPEZ / ESTEFAN NICOLL / DIRIGIDA POR: LUNA / PRODUCIDA POR: JOSÉ MAGÁN

STRANDED



SOCEPAQ



IVC



(NÁUFRAGOS)

STRANDED

Cartel para película

Diseño: Lavernia y Cienfuegos. Año: 2002.

Cliente: Dolores Pictures.

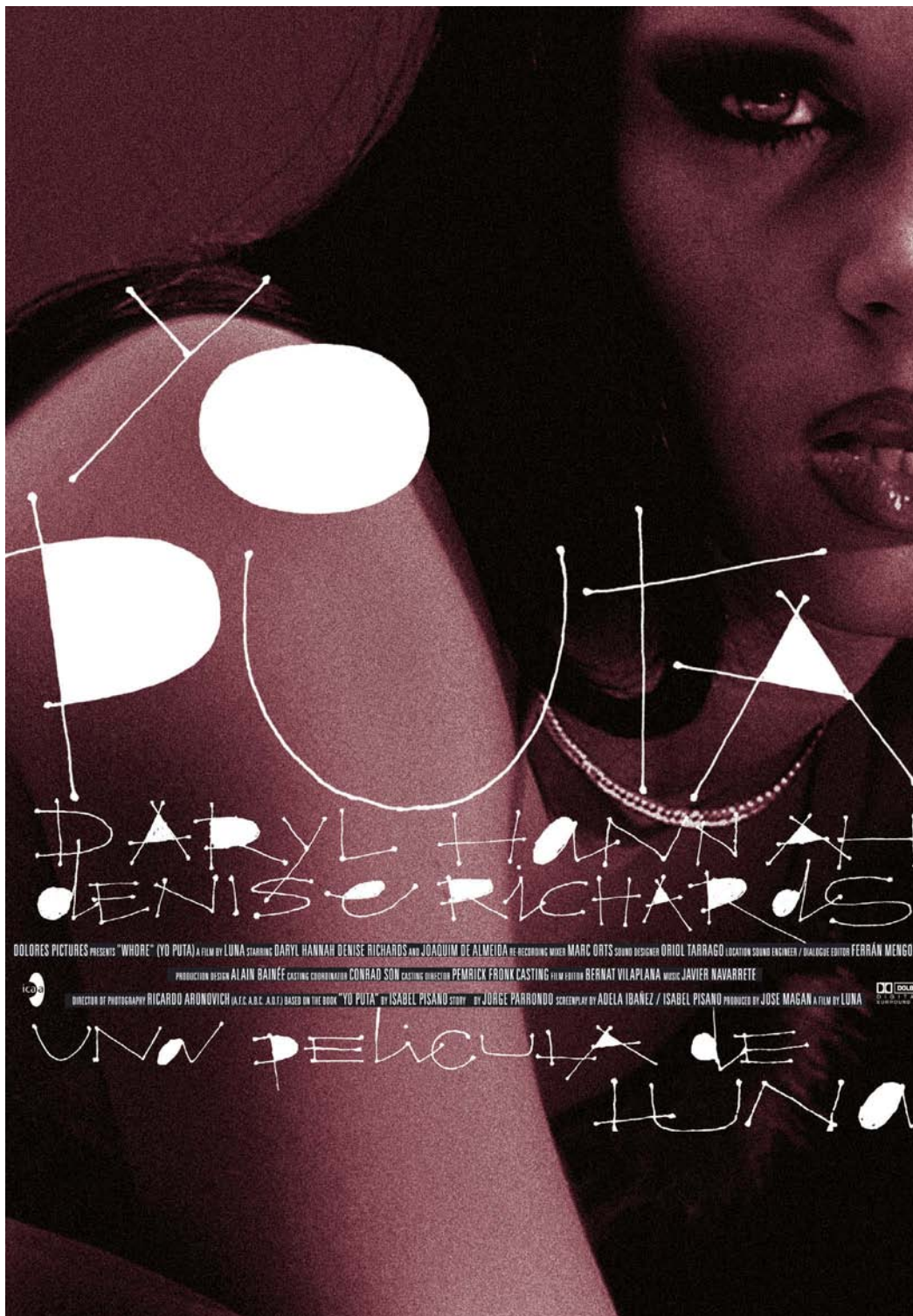
Características: Cartel para la película STRANDED, una obra de ciencia-ficción que se desarrolla supuestamente en Marte y que fue producida por DOLORES PICTURES

Poster for a movie

Design: Lavernia & Cienfuegos. Year: 2002.

Client: Dolores Pictures.

Description: Promotional poster for STRANDED, a Sci-Fi movie that takes place in planet Mars. Produced by Dolores Pictures.



YO PUTA

Cartel para película

Diseño: Lavernia y Cienfuegos. **Año:** 2004.

Cliente: Dolores Pictures.

Características: Cartel para la película YO PUTA, basado en el libro de Isabel Pisano y producido por DOLORES PICTURES.

Una tipografía dibujada a mano, con mucha personalidad, sobre una fotografía en tonos rojos.

Poster for a movie

Design: Lavernia & Cienfuegos. **Year:** 2004.

Client: Dolores Pictures.

Description: Promotional poster for YO PUTA, a movie inspired on a novel by Isabel Pisano and produced by Dolores Pictures. It consists on a hand-drawn typeface, that has a strong personality, printed over a photography that has different tonalities of red.



LA GUILLOTINA

3 DE MAYO. Año: 1999.
Cliente: Edesur.
Actividad: Centro comercial en Santa Cruz de Tenerife.

ISHTAR. Año: 1996.
Cliente: Ishtar Cosméticos.
Actividad: Línea cosmética para venta domiciliaria.

AILA. Año: 2001.
Cliente: Aitana-Lavernia.
Actividad: Diseño y programación de páginas web.

LA GUILLOTINA. Año: 1997.
Cliente: Mac Diego / Julio Telio.
Actividad: Galería de ilustración y cómic.

MJN. Año: 1996.
Cliente: Cía. Mediterránea Ediciones de Moda.
Actividad: Producción de ropa de mujer diseñada por Mª José Navarro.

ORFEÓ VALENCIÀ. Año: 1997.
Cliente: Orfeó Valencià Navarro Reverter.
Actividad: Agrupación coral.

ONA. Año: 1994.
Cliente: Ona.
Actividad: Tienda de ropa de mujer.

ZHOEN. Año: 1997.
Cliente: Zhoen.
Actividad: Sector informático. Programación.

TROE. Año: 1995.
Cliente: Troe parques infantiles.
Actividad: Fabricación de juegos para parques infantiles.

AUSIÀS MARCH. Año: 1997.
Cliente: Conselleria de Cultura.
Actividad: Celebración 60 centenario del nacimiento del poeta.

LA COCINA DE CHINA. Año: 1997.
Cliente: Bamboo Partners.
Actividad: Restaurante.

ZUMEX. Año: 2002.
Cliente: Zúmex.
Actividad: Fabricación de máquinas para zumos.

XAVI ADRIÀ. Año: 1999.
Cliente: Xavi Adrià.
Actividad: Peluquería para hombres.

RNB. Año: 2000.
Cliente: Laboratorios RNB.
Actividad: Laboratorio cosmético.

SOTO LONGO. Año: 2000.
Cliente: Overglobe.
Actividad: Producción de aceite de oliva.

PAGINAS SALMÓN. Año: 1999.
Cliente: Cámara de Comercio.
Actividad: Directorio de servicios y productos para las empresas.



Xavi adrià

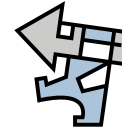
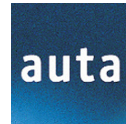


SOTO
LONGO



pacocapdell

DE **AIGUA**
VALÈNCIA



PACO CAPDELL. Año: 2002.
Cliente: Sillerías Alacuás.
Actividad: Fabricación de sillas y mesas para hogar e instalaciones.

AIGUA DE VALÈNCIA. Año: 1995.
Cliente: D'Esperits.
Actividad: Alimentación.

AUTA. Año: 1998.
Cliente: Auta.
Actividad: Fabricación de porteros electrónicos.

TECNOSEÑAL. Año: 1999.
Cliente: Tecnología Señalética.
Actividad: Señalización y rotulación.

SANICO. Año: 1997.
Cliente: Sanico Porcelanas.
Actividad: Fabricación de mobiliario y accesorios para el lavabo.

BABÉ. Año: 1998
Cliente: Laboratoríos RNB.
Actividad: Marca para cosmética de farmacia.

PARC CIENTÍFIC. Año: 2004.
Cliente: Universitat de València.
Actividad: Parque de centros de investigación y empresas tecnológías.

LA LUNA. Año: 1995.
Cliente: La Luna.
Actividad: Tienda de ropa interior de mujer.

VALOFFICE. Año: 1999.
Cliente: Valoffice.
Actividad: Mobiliario de oficina.

DOLORES PICTURES. Año: 2000.
Cliente: Dolores Pictures.
Actividad: Productora cinematográfica.

FUNDACIÓN ASTORIA. Año: 1996.
Cliente: Hotel Astoria.
Actividad: Cultural y turística.

LOLA ESPAÑA. Año: 2001.
Cliente: Lola España.
Actividad: Empresa inglesa importadora de productos españoles.

SELECTA. Año: 2004.
Cliente: Fedecarne.
Actividad: Marca colectiva para producir y distribuir carne de vacuno.

ALFARO HOFMANN. Año: 2003.
Cliente: Alfaro Hofmann.
Actividad: Interiorismo y colección de electrodomésticos.

BASA. Año: 2001.
Cliente: Colegio de arquitectos de Canarias.
Actividad: Revista oficial.

KENAI. Año: 2002.
Cliente: Kenai.
Actividad: Comercialización de mobiliario para jardín.



BABÉ
LABORATORIOS



PARC CIENTÍFIC



ALFAROHOFMANN

BASA

