

# PROYECTO CONTRACT

REVISTA DE INTERIORISMO PARA INSTALACIONES COMERCIALES, HOSTELERÍA Y OFICINAS

**casaviva**

Número 77 Precio España: 5,70 €

LOUNGE



## SENSACIONS

**Proyecto:** Denys & von Arend [www.denysvonarend.com](http://www.denysvonarend.com)  
**Interioristas:** Daniel Pérez y Felipe Araujo



Siempre que se intenta crear marca, corporativizar, embellecer o modernizar un concepto tradicionalmente vinculado al bajo coste y a la inmediatez como lo es la venta de alimentos para llevar, se corre el riesgo de arrebatarle al mismo tiempo su aura personal, artesanal y accesible. Por tanto, la operación de transformar un antiguo garaje del centro de Sabadell (Barcelona) en una pasarela de "Haute Cuisine Prêt a Porter" se planteó desde el principio para el estudio Denys & von Arend como un reto complejo que consistía en armonizar contradicciones inherentes a la fusión de conceptos, al tiempo que se atendían las necesidades programáticas de dos actividades distintas, dos públicos diferenciados, y dos maneras de consumir el producto: El catering de alto standing y la venta de cenas gourmet low cost.

Sobre un típico mantel a cuadros, configurado a partir de una combinación de baldosas de porcelánico blanco, negro y rallado que recubre parcialmente el suelo y parte de la pared, se ha instalado un área de acceso al público dividida por un importante mostrador confeccionado a medida en aglomerado de viruta barnizado. Este mostrador, que aporta calidez contrastando con el monocromático entorno, se abraza a una vitrina refrigerada de cristal donde los platos son exhibidos, como piezas de joyería, bajo los haces de luz que provienen de cinco lámparas colgantes con pantallas blancas en forma de gorros de chef. Las paredes negras, así como los techos, parecerían querer pasar desapercibidas de no ser por el rayado en soga de esparto que las integra al espacio, aportando textura, simbolismo, y confiriendo mediante la perspectiva, mayor profundidad al espacio. Los botelleros unitarios que salpican estas paredes, así como la porción de pizarra que las obliga a contar sus cambiantes mensajes, terminan de refutar una inicial timidez. El color y el grafismo del local beben de la imagen corporativa diseñada para la marca, y ésta a su vez de la estética del local, pues nacieron de forma paralela. Esta simbiosis es evidente en la fachada donde se combinan el patrón gráfico del mantel, el logotipo, los "valores" (en vez de colores) corporativos, el aglomerado de viruta, la transparencia del cristal y la iluminación específica, como antesala a una experiencia que pretende estimular todos los sentidos.

**Coordinación reportaje:** M. Rosa Millet  
**Fotografías:** Victor Hugo