

# novum

WORLD OF GRAPHIC DESIGN 04/03

## ■ Plantage\*

Fruchtbare Saat  
The TLC factor

## ■ Damm & Lindlar

Marken stark machen  
Brand impact

## ■ Art1st\_Design

Kreative Power aus Budapest  
Creative power from Budapest

\*\* PAPER PRESENTATION



4 198092 908604

## KRAFTVOLLE SCHÖNHEITEN

Wo einst der spanische Nationalheld El Cid die Mauren besiegte und somit die Stadt von der Belagerung befreite, kämpft heute ein zehnköpfiges Designstudio erfolgreich gegen Eintönigkeit im Designbereich. Freilich nicht mit Schild und Schwert, sondern mit Witz, Eleganz und kreativem Esprit: Lavernia, Cienfuegos Y Asociados aus Valencia!

**STRONG AND BEAUTIFUL.** Where once the Spanish national hero, El Cid, laid siege to the Moors and freed the city from its captors, a ten-strong design studio is successfully waging its own battle for better design. No longer with sword and shield, but with wit, elegance and creative élan: Lavernia, Cienfuegos Y Asociados from Valencia!

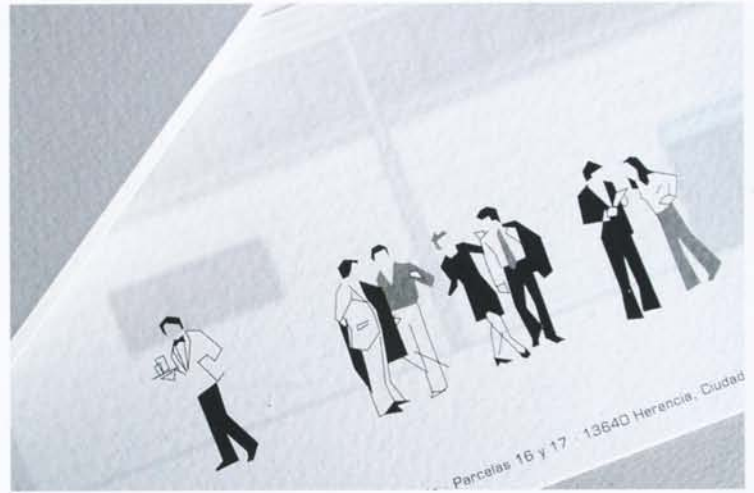




© 2002 BARCELONA03 TM



02



03

01 Offizielles Maskottchen der 10. Schwimmweltmeisterschaften / Official mascot of the 10th World Championship Swimming. Kunde / Client: F.I.N.A.

02 Schrift »Habana«, die für ein Architekturmagazin entworfen wurde. / Type »Habana«, designed for an architectural magazine. Kunde / Client: Basa

03 Flyer für die Einweihung neuer Einrichtungen / Flyer for inauguration of new installations. Kunde / Client: Tecnoseñal

04 Katalog und Broschüren für Bad-accessoires / Catalogue and brochures for bathroom accessories. Kunde / Client: Sanico Porcelanas



06



07

**N**omen est omen ist man versucht zu sagen, bedeutet doch der Namen der lebendigen Stadt Valencia soviel wie »die Schöne« oder »die Kraftvolle«. Wer hier kreativ tätig wird, muß einfach ein Feuerwerk an eindrucksvollen und qualitativ hochwertigen Arbeiten liefern. Lavernia wird dem auf ganzer Linie gerecht. Ob ein Maskottchen für die 10. Schwimmweltmeisterschaften oder eine Broschüre für das Acteón Plaza Hotel kriert werden muß – jeder Auftrag wird mit Leidenschaft und Sorgfalt behandelt. Nacho Lavernia gründete das Designstudio Lavernia, Cienfuegos Y Asociados 1995 zusammen mit

Geschäftspartner Alberto Cienfuegos. Seit dieser Zeit entstanden vornehmlich Arbeiten im Bereich Verpackung, Corporate Identity, Kataloge und Messestände. Bei Lavernia, Cienfuegos Y Asociados wird Wert darauf gelegt, den Kunden möglichst umfangreich zu betreuen und auch die Aspekte Marketing und Kommunikation von Beginn an mit einzubeziehen. »Wir haben keine Präferenzen hinsichtlich der Kunden, lieben aber natürlich solche besonders, die einen gewissen Bezug zum Design haben, Innovationen zulassen und auch einmal Mut zum Risiko mitbringen«, erklärt Nacho Lavernia und fügt die eigene Agenturphilosophie

gleich hinzu: »Wir glauben fest daran, daß weniger mehr ist und daher vereinfachen wir soviel wie wir können. Mit wenigen Elementen viel aussagen, das ist auch so ein Leitsatz. Und nicht zuletzt betreiben wir von Beginn an profunde Studien, damit wir von Beginn an mit der grafischen Linie auch ein festes Fundament für weitere ergänzende Arbeiten für das Unternehmen bauen können.« Kunden wie Bancaja, Cabildo Tenerife, Grupe Iber, Sillerías Alacuás, Agua de Valencia und viele andere schätzen diese gewissenhafte Herangehensweise und den frischen Output schon seit mehreren Jahren. »Design hat viele Kriterien zu erfüllen – funk-

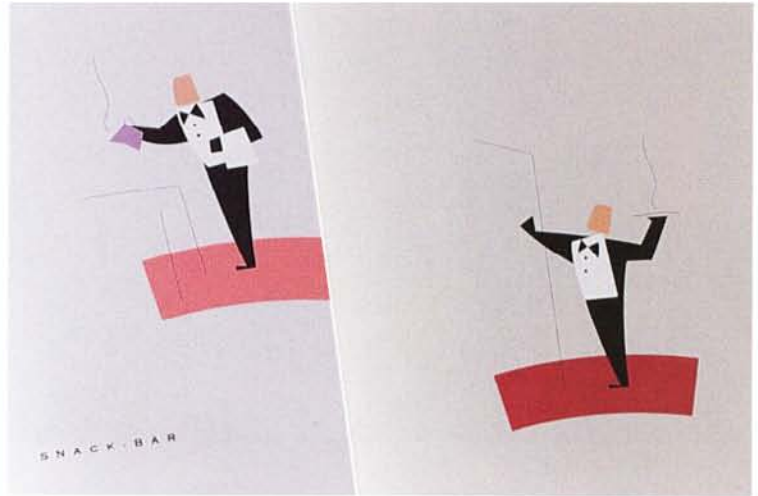
tionale, ästhetische, symbolische, soziale, kommunikative, ökonomische ...und ein gutes Design erfüllt alle diese Ansprüche. Wir sind keine Künstler, wir sind Designer und müssen demzufolge natürlich mit gewissen Einschränkungen und Vorgaben leben – wir sehen das hier aber als Herausforderung an und setzen uns gerne mit unseren Kunden auseinander, um neue Sichtweisen und innovative Wege zu entdecken«, hört man bei Lavernia, Cienfuegos Y Asociados. Ein Erfolgsrezept, mit dem man sicherlich jede Schlacht gewinnt ...

bu





04



05



08



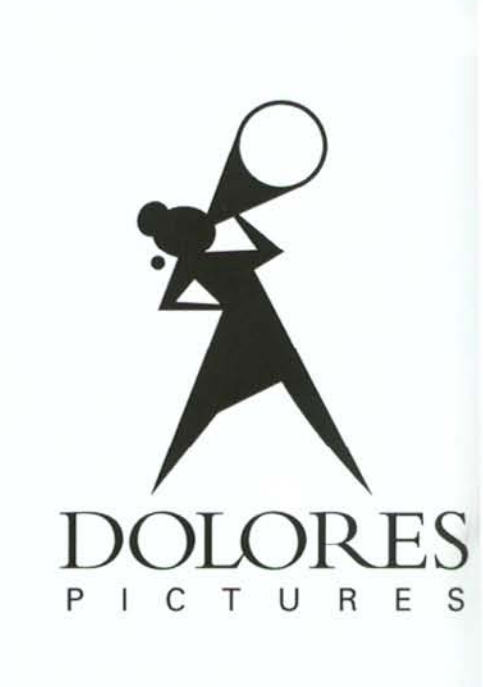
09

**N**omen est omen, you could almost say, as the name of the lively city of Valencia means «the beautiful one» or «the strong one». If you are working in the creative field here, you just have no choice but to deliver a fireworks display of impressive, high-quality work. Lavernia's got what it takes in spades. A mascot for the 10th swimming world championships or a brochure for the Acteón Plaze Hotel – they attack each commission with passion and perfectionism. Nacho Lavernia founded the design studio of Lavernia, Cienfuegos Y Asociados in 1995 together with his business partner Alberto

Cienfuegos. Since then they have been doing work mainly in the field of packaging, corporate identity, catalogues and trade-fair stands. At Lavernia, Cienfuegos Y Asociados great emphasis is placed on providing the client with as comprehensive a service as possible, and taking aspects like marketing and communication into account from an early stage. «We have no preference as regards type of client, but of course we do like it if they have a certain relationship with design, are open to innovations, and also have the courage to try something new», is how Nacho Lavernia puts it, adding, in further explanation of his agency philosophy, «We be-

lieve firmly that less is more and so we simplify as much as we can. Saying a lot with few elements is a kind of mantra for us. And also, right from the start of a project, we do our homework thoroughly, so that we have a firm base for the graphic line, and one upon which we can build in later work for the same company.» Clients like Bancaja, Cabildo Tenerife, Grupe Iber, Sillerías Alacuás, Agua de Valencia and many others have for many years valued the conscientious approach and the fresh output of this team. «Design has many criteria to fulfil – functional, aesthetic, symbolic, social, communicative, economic ... and good design fulfils them all.

We are not artists, we are designers and therefore have to live with certain limits and restrictions – but we see this as our challenge and we enjoy open discussion with our customers, as a way of opening up new ways of seeing things and innovative new directions», is how the people at Lavernia, Cienfuegos Y Asociados see their work. This is doubtless a successful recipe, and one that clearly wins many battles ... *bu*



05 Hotelbroschüre / Brochure for a hotel.  
Kunde / Client: Hotel Acteón Plaza

06 Hotel-Logo / Logo for a hotel.  
Kunde / Client: Hotel Astoria

07 Verpackung für eine Modefirma / Packaging for fashion company.

Kunde / Client: Maria José Navarro (MJN)

08 Display für / for PLV. Kunde / Client: Maria José Navarro (MJN)

09 – 11 Corporate Identity für ein chinesisches Restaurant / Corporate identity for a chinese restaurant.

12 Verpackung für Sotolongo / Packaging for Sotolongo

13 Möbelkatalog / Furniture catalogue.  
Kunde / Client: Sillerías Alacauás

14 Logo für Dolores Pictures / Logo for Dolores Pictures

15 + 16 Katalog für eine Kosmet firma / Catalogue for a cosmetic company.  
Kunde / Client: RNB Cosmetics