

ARTE MERCADO

EL COTTON HOUSE SE ABRE AL DISEÑO

El próximo sábado se celebra la primera edición de La Algodonera Market Lab

LETICIA BLANCO BARCELONA
No es casualidad que el logo del Cotton House Hotel sea la flor de algodón, visible en cada rincón del hotel: en el suelo de aire *art déco* que recibe al cliente en el *hall* de entrada, en los ramos de flores que decoran las estancias, en el papel pintado de las paredes... El edificio de la Gran Vía que acoge el hotel de la cadena Marriott desde hace un año está íntimamente ligado al comercio del algodón: en los años 60 del pasado siglo, sus propietarios, la familia Boadas, lo vendieron a la asociación de algodoneros de España y a partir de entonces, el edificio pasó a convertirse en club social de la burguesía catalana que se enriqueció con el textil. Una placa en la entrada del edificio recuerda su anterior vida, la de «Casa de la Industria Textil Algodonera». Dentro, la mano de Lázaro Rosa Violán ha respetado techos, suelos, espejos y una espectacular escalera en espiral que quita el hipo.

Los ecos textiles del edificio del siglo XIX se notan también en cosas como, por ejemplo, el acuerdo del hotel con la *boutique* Santa Eulalia, que pone ofrezca la posibilidad al huésped hacerse un traje a medida sin salir del hotel. Y a partir del próximo sábado siete de mayo, la espectacular terraza del hotel acogerá la primera edición de La Algodonera Market Lab, un espacio de encuentro de más de una docena de diseñadores y artistas unidos bajo el lema «*textiles, flavours and design*».

«La idea es abrir el Cotton House a Barcelona, nos gusta que nuestros clientes se mezclen con los locales», explica su director, Andreu Canals. La iniciativa parte del hotel y de las hermanas Maite y Elia Felices de la agencia Felices Communication & PR y se celebrarán unas cinco citas hasta el próximo octubre, coincidiendo con la temporada de terraza. «El concepto es muy sencillo: una cita que está a medio camino entre un mercadillo y una exposición en un marco tan privilegiado como el Cotton House. Queremos acercar a la gente a cosas que apreciamos. Todos los participantes tienen cosas en común: la pasión por lo que hacen y la importancia que le dan a la calidad de las materias primas con las que traba-

jan», explica Maite Felices. «Es un día para experimentar y tocar, acercar las piezas al público. Todo se podrá comprar, claro está, pero el objetivo principal es compartir una serie de productos pensados, diseñados y fabricados a partir de ciertos valores», añade.

¿Y quiénes protagonizarán la primera cita? Un abanico de diferen-

tes creadores entre los que hay desde jóvenes diseñadores de moda como Hunch, el tándem formado por Raquel Liberia y Saül Baeza que ha sido seleccionado por Who's Next París hasta valores tan consolidados como Nani Marquina, que acude a la cita con *Mélangé*, la colección de alfombras artesanales (hechas en Pakistán) que ha desarrollado en colaboración con Sybilla. Otros participantes son: la firma textil Gancedo, que acaba de lanzar una colección de complementos del hogar titulada *Port Lligat*; las lámparas de madera del artista Isidro Ferrer de Lucifer; una selección de Matèria o los bolsos de Ainhoa Herrera.

El artista Jordi Canudas ha diseñado para la ocasión un divertido gorro tricéfalo (el *share hat*, algo así como tres pamelas de palma trenzadas entre sí) que es una celebración de las relaciones sociales y aspira a convertirse en algo así como el icono de este nuevo mercado de diseño.

La gastronomía también estará presente en La Algodonera Market Lab. La chef del Cotton, Eva de Gil, estrenará un nuevo menú ese día y ha preparado platos fríos y ca-



Maite Felices, Andreu Canals y Elia Felices con el sombrero tricéfalo de Jordi Canudas. ANTONIO MORENO



Arriba, la alfombra de Sybilla para Nani Marquina y un detalle de un modelo de Hunch a lo Lawrence de Arabia. Sobre estas líneas, los animalitos de Isidro Ferrer para Lucifer.

lientes que prometen sorpresas, como las clásicas *papas arrugás* con mojo picón de... imango!. La solidaridad estará presente de la mano de Misui y el colgante diseñado por el joyero Marc Monzó pa-

ra la fundación FERO, una entidad sin ánimo de lucro, benéfica y científica, creada para combatir el cáncer de mama. La cita es el próximo sábado siete de mayo en el Cotton House Hotel.