



Las gafas de madera de Nina Mûr no solo son bonitas. Las someten a exigentes pruebas de resistencia.



DAVID AMA A GOLIAT

"Es muy acertado mezclar grandes marcas con grandes nuevas historias", dicen Lorena Serrano y Davide Fichera, de Nina Mûr. Con "nuevas historias" se refieren a trayectorias como la suya: construida sobre una buena idea y con un buen producto como resultado. Ellos, junto a otras firmas independientes como Andrés Gallardo, estarán en la tienda **The Creative Spot**, que compartirá espacio en **Las Rozas Village** con los locales de las principales enseñas de lujo del mundo.

Lo último en llegar a **Las Rozas Village** de Madrid no es una firma famosa, sino **The Creative Spot**: un proyecto que celebra el lujo 'indie'

TEXTO Daniel García

"Somos artesanos que abrazan las ventajas de la tecnología". Hablan Lorena Serrano y Davide Fichera, los dos responsables de la firma Nina Mûr, y añaden: "Nuestras gafas son más que un accesorio. Son una pieza de diseño respetuosa con el medio ambiente, atemporal y duradera. Y completamente producida en Madrid". Con esta declaración de principios, Fichera y Serrano describen también el punto de partida de **The Creative Spot**, la iniciativa para la promoción de la artesanía de lujo en España, impulsada por **Las Rozas Village**, de la que forman parte. Nina Mûr es solo una de las marcas de moda, accesorios, perfumería y cosmética que han sido seleccionados por un comité de expertos (formado por Boris Izaguirre, Eugenia Silva o Josie,

entre otros nombres relacionados con la industria del lujo), y que estarán presentes en la *concept store* que se abrirá este otoño en **Las Rozas Village**. Este proyecto está enmarcado en una ambiciosa estrategia global de Value Retail. El grupo ya ha llevado a cabo iniciativas parecidas en otros de sus *villages*: Barcelona Designers Collective en La Roca Village en Barcelona, o **British Designers Collective** en Bicester Village, Londres. Puede resultar extraña esta apuesta por lo hecho a mano en tiempos del *fast fashion*, pero Boris Izaguirre resume la moraleja del asunto: "El lujo es independencia, personalidad, ¡libertad! Un *cashmere* que envejece contigo, un olor que te identifica, una vajilla que es tan tuya como tus cuadros, una mesa que dice: '¡Esto soy yo!'".