

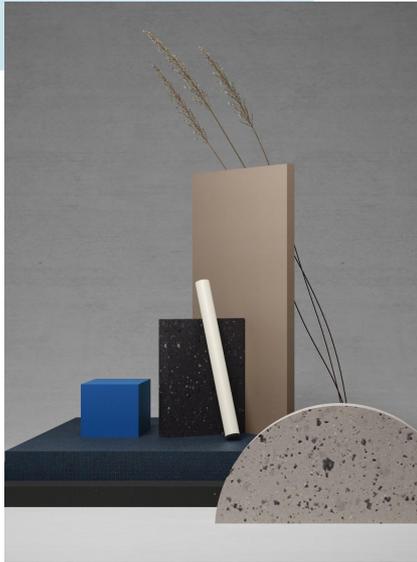
Matter & Pattern trends 25→26



The trends

Index

↘ Reclaimed Beauty



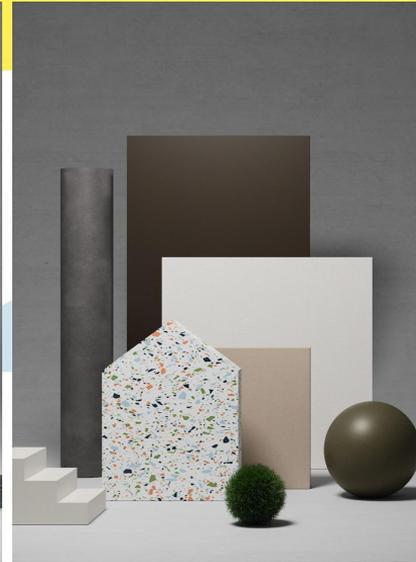
↘ Synthesised Nature



↘ Dark Hedonism



↘ Hyper- Functionality



Trend 1 →

Reclaimed Beauty



Trend 1 →
Reclaimed
Beauty

Finding beauty in waste

Context & data

La emergencia climática plantea la necesidad de acercarnos a los desechos con una nueva mirada, donde el diseño se vea como la solución.

Mientras en épocas pasadas el producto sostenible miraba al no sostenible para reproducir su apariencia, hoy el ecodiseño plantea nuevas narrativas de la belleza a través de la recuperación de materiales.

Reclaimed Beauty replantea el desarrollo de nuevos productos directamente de los desechos, explorando lo que significa lo hermoso en términos de diseño. Una invitación a crear a partir de lo ya existente que motivará una **reconfiguración en los materiales**, las cadenas de suministro y la estética a medida que esta idea de recuperar se generalice.

79%

de los consumidores europeos y estadounidenses no confían en los mensajes sostenibles de la industria.

Source: Provenance

14,1%

Se espera que el mercado mundial de la construcción ecológica crezca a un CAGR del 14,10% entre 2022 y 2030.

Source: McKinsey

Con 1/3 de la comida desperdiciada cada año y el exceso de fibras generadas en la industria agraria, el espacio agroindustrial se ha convertido en un espacio de gran valor para la extracción de materias primas.

Source: The World Counts

Trend 1 →
Reclaimed
Beauty

**"La basura es materia
fuera de lugar".**

Anne Cauquelin,
filósofa de la estética

¿Qué es Reclaimed Beauty?

- ↘ Reclaimed Beauty es una oda a la recuperación de materiales, generando así un nuevo paradigma de lo que es la belleza.
- ↘ Una paleta sin artificios, creada a partir de tonalidades naturales y materiales recuperados y reciclados de origen sostenible. Fabricados artesanalmente en pequeños lotes, cada lámina es única y posee características naturales distintivas.
- ↘ Un equilibrio entre lo irregular y lo refinado, con reminiscencias de lo artesanal pero de aspecto cuidado.



Trend 1 →
Reclaimed
Beauty

"Es necesario ampliar los códigos visuales y la dirección artística de lo que puede parecer [la sostenibilidad], sobre todo cuando se atrae al público más joven".

Lucy Hardcastle,
artista multidisciplinar

Patterns selection



F8812
Tinted Paper Terrazzo



F9685
Black Recycled Kraft



F9684
Natural Recycled Kraft

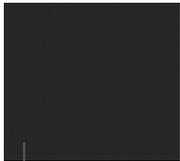


F9271
Reclaimed Denim Fiber

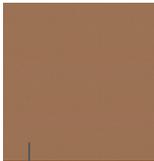


F8813
Tonal Paper Terrazzo

Palette #1 Closed Loop



F9685
Black Recycled
Kraft



F9684
Natural Recycled
Kraft



0719
Beige Luxor
Fenix



F7851
Spectrum Blue



F8813
Tonal Paper
Terrazzo



F9271
Reclaimed
Denim Fiber



F1549
Tromso Maple

Trend 1→
Reclaimed
Beauty

FAD 1

Fad #1: Closed loop

La creciente demanda por parte de los consumidores de productos que duren más y sean mejores **para las personas y el medio ambiente**, está llevando a las marcas a impulsar nuevas estrategias para evitar que los productos se conviertan en residuos que acaben amontonados en los vertederos, con acciones como la reparación, la reutilización y el reciclado.

La respuesta se encuentra en principios de la economía circular como el sistema "closed-loop", donde los productos son diseñados y fabricados con su eventual reutilización o reciclaje en mente, lo que significa que al final de su vida útil, pueden ser descompuestos y los materiales recuperados pueden ser utilizados para crear nuevos productos.

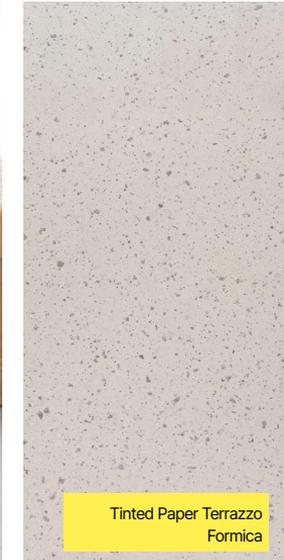
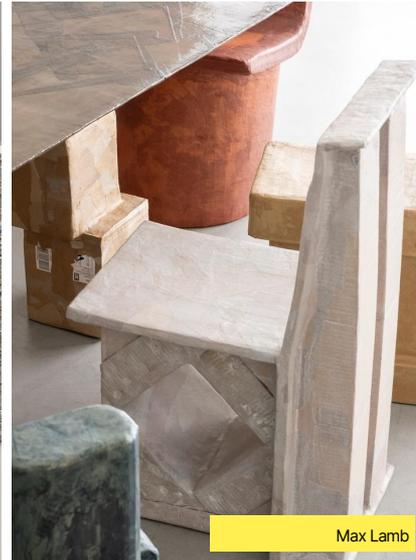


Vivienda del arquitecto Mat Barnes (Londres)

Trend 1→
Reclaimed
Beauty

FAD 1

Closed loop Moodboard



Trend 1 →
Reclaimed
Beauty

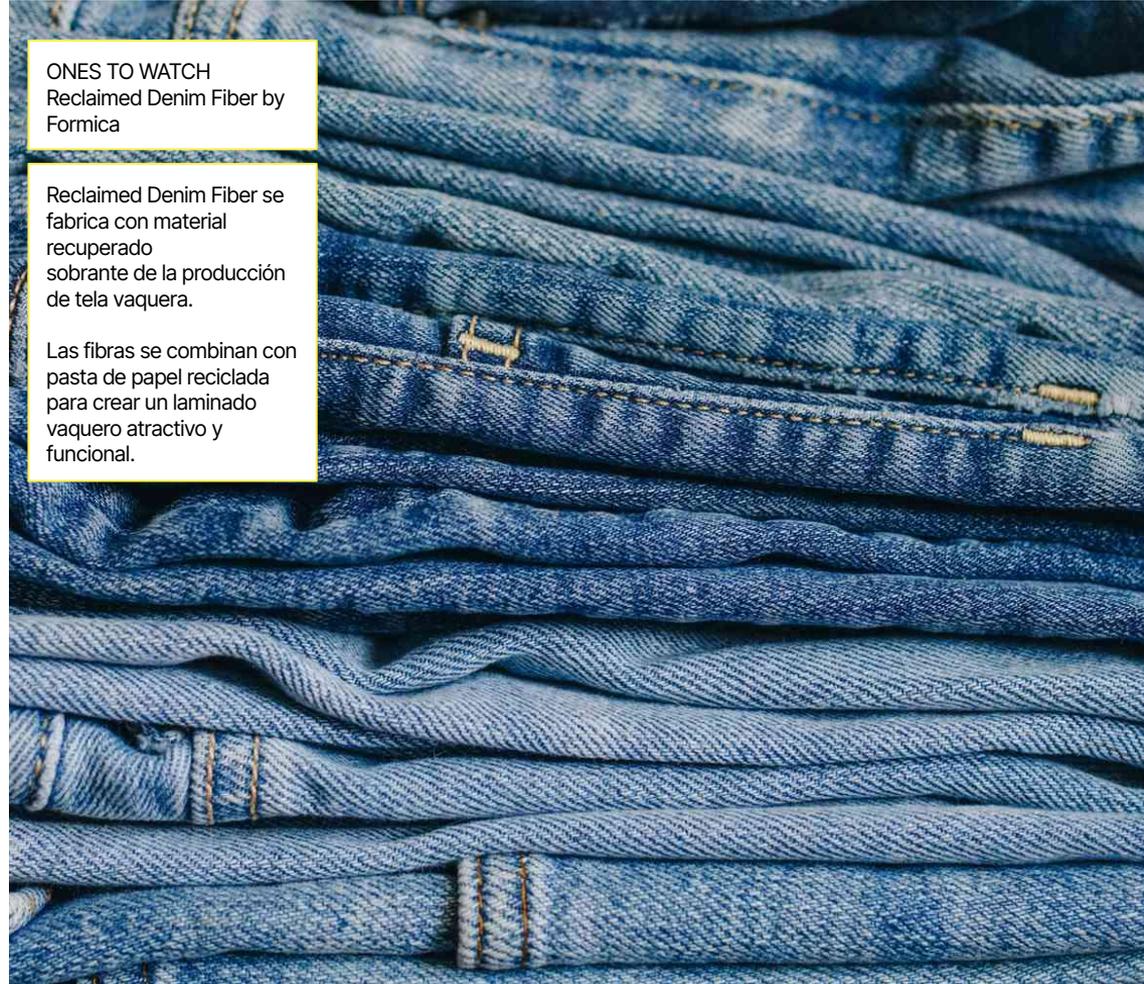
FAD 1



ONES TO WATCH
Reclaimed Denim Fiber by
Formica

Reclaimed Denim Fiber se
fabrica con material
recuperado
sobrante de la producción
de tela vaquera.

Las fibras se combinan con
pasta de papel reciclada
para crear un laminado
vaquero atractivo y
funcional.



Trend 1→
Reclaimed
Beauty

FAD 2

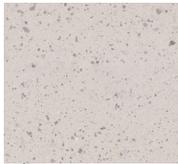
Fad #2: Agroindustrial upcycling

La conservación de los recursos se convierte en un factor clave, por lo que los diseñadores y empresas centran ahora sus esfuerzos en crear diseños más sostenibles y en sintonía con el medio ambiente. En ese sentido, las empresas se preocupan por investigar nuevas vías para optimizar el uso de residuos naturales y generar soluciones de bajo impacto.

De forma concreta, se explora cómo la industria de los materiales puede dar respuesta a la gestión de residuos de el sector agroalimentario.



Palette #2 Agroindustrial upcycling



F8812
Tinted Paper Terrazzo



CC7858
Pumice



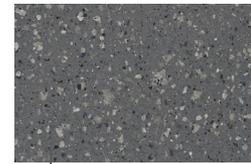
F9684
Natural Recycled Kraft



J0751
Rosso Jaipur
Fenix



444/920N
Alu Riffel Horizontal Natural
Homopal



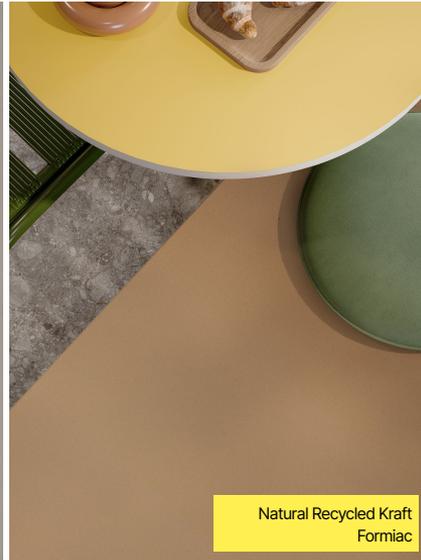
F8813
Tonal Paper Terrazzo



F9685
Black Recycled Kraft

Trend 1→
Reclaimed
Beauty
FAD 2

Agroindustrial upcycling Moodboard



Key design notions

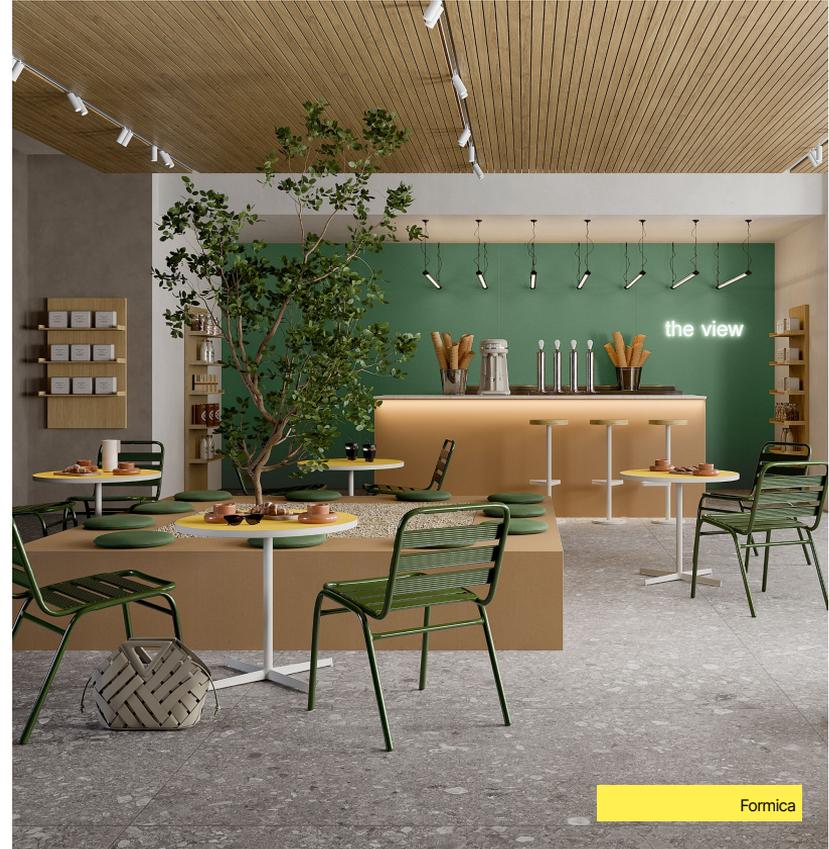
El diseño de espacios y productos debe dar respuesta al impacto que el propio sector genera a través de materiales más sostenibles.

El diseño se centra en la exploración de nuevas narrativas ancladas en la idea de si impacta menos es más hermoso.

Se busca mantener los desechos en su estado natural, que las capas sean visibles al ojo humano.

Los materiales se usan de forma más desacomplejada

Para asegurar su atractivo a largo plazo, los tonos neutros se adaptan mejor que las gamas demasiado estridentes.



Trend 2 →

Synthesized Nature



Trend 2 →
Synthesized
Nature

Context & data

When nature meets technology

El mundo tecnológico y el natural se han presentado tradicionalmente como polos opuestos en cuanto a conceptos y estéticas, pero ¿podría ser la unión de ambos la clave para **ayudar a imaginar y construir un mundo mejor y más regenerativo?**

A medida que esta idea cobra impulso, los límites se amplían hacia nuevos horizontes, donde la expresión artística, la destreza tecnológica y la conciencia ecológica convergen para dar lugar a una tendencia que hemos llamado Synthesized Nature. El resultado: un nuevo terreno de juego donde las nuevas tecnologías, como la Inteligencia Artificial, se entrelazan con el encanto de la naturaleza, prometiendo un escenario visualmente provocativo pero a la vez respetuoso con el medio ambiente.

61%

de los consumidores estadounidenses apoya a las marcas que experimentan con IA generativa
Source: Dentsu

85%

de los compradores de todo el mundo han indicado un cambio en su comportamiento de compra en los últimos cinco años.
Source: Business Wire

Las posibilidades que tienen los creativos y diseñadores de utilizar esta poderosa herramienta [la IA] para planificar y proyectar una idea, y luego conseguir resultados realistas, cambia por completo el juego.

Ezequiel Pini, art director del estudio Six N Five.

¿Qué es Synthesized Nature?

- ↘ Synthesized Nature es una tendencia que celebra las cualidades envolventes de la naturaleza.
- ↘ El lenguaje visual cambia a medida que el mundo digital inspira a los creativos a reimaginar el aspecto de la naturaleza a través de renders hiperrealistas de escenas de aspecto extraterrestre.
- ↘ Como primera tecnología del mundo, la naturaleza es la principal inspiración en una tendencia que convierte la frontera entre el mundo físico y el digital en un patio de juego donde experimentar con nuevas estéticas que influirán en el diseño de productos y espacios en el futuro.



Trend 2 →
Synthesized
Nature

“Nuestra capacidad para utilizar los recursos de la naturaleza de forma cada vez más sorprendente ha cambiado más en los últimos 200 años que en los 8.000 anteriores, impulsada en gran medida por nuestra capacidad para sintetizarlos y transformarlos químicamente”

Kate Goldsworthy,
Co-directora del Centre for Circular Design

Patterns selection



F6314
Neo Cloud



F6315
Neo Cyclone



F6316
Neo Tornado



F7923
Surf Monolith



F9511
Layered Sand



F3421
Bianca Luna



F2255
Polar White Monolith



F7927
Folkestone Monolith



F1994
Fox Monolith



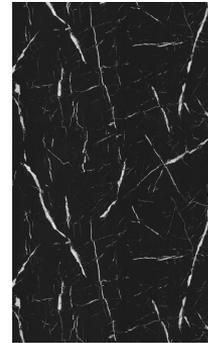
F5018
Calacatta Cava



F9510
Layered Black Sand



F5014
White Painted
Marble



F7403
Nero Marquina



F6349
Frosted Pearl



F7837
Graphite Monolith



F8793
Green Slate
Monolith

Trend 2 →
Synthesized
Nature

FAD 1

Fad #1: AI Optimism

Si bien existe una corriente de pensamiento distópico, otros creadores enfocan la IA como una forma de curación, una herramienta para imaginar nuevas posibilidades más allá de las limitaciones humanas.

Los diseñadores cuestionan la idea de que ser sostenible o biodiseñar signifique únicamente emular la naturaleza de forma suave o realista. En su lugar, están adoptando imágenes mejoradas digitalmente que retratan la naturaleza con una intensidad atrevida y vivida, infundiéndole un carácter distintivo y un atractivo estético seductor.

A la vez, tecnologías como la IA y el CGI (Computer-generated imagery) están transformando el panorama estético. Esta nueva estética tecnológica y están siendo adoptadas por diseñadores que quieren crear experiencias ambientales transformadoras IRL.



Palette #1 AI Optimism



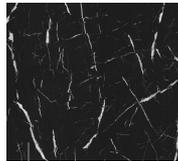
CC5344
Seed



F8858
Just Rose



F5018
Calacatta Cava



F7403
Nero Marquina



0750
Verde Comodoro
Fenix



459/100
Alu Mesh Anthracite
Homapal



F6349
Frosted Pearl

Trend 2 →
Synthesized
Nature

FAD 1

AI Optimism Moodboard



Polar White Monolith
Formica



Benjamin Benichou



Frosted Pearl
Formica



Jesús Mascaraque



Six N' Five

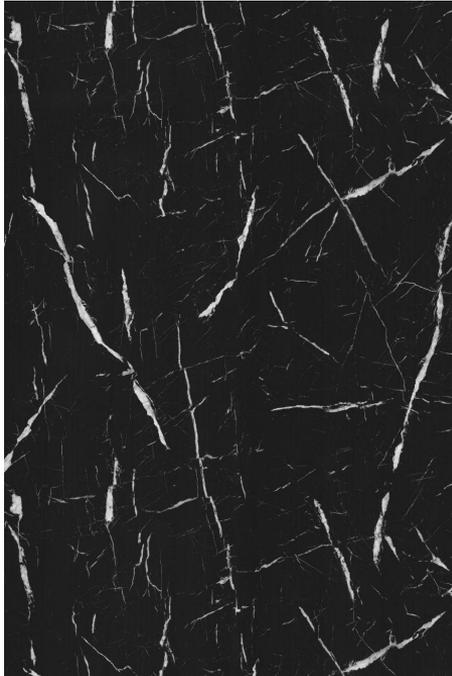


White Painted Marble
Formica

Trend 2 →
Synthesized
Nature

AI Optimism

Ones to watch



ONES TO WATCH
Nero Marquina

Los límites de la tecnología de impresión en huecograbado se superan con su gran escala y calidad de impresión detallada. Las zonas negras de la piedra la hacen extremadamente atrevida y llamativa, mientras que el veteado blanco le aporta dramatismo y un aire arquitectónico.



Trend 2 →
Synthesized
Nature

FAD 2

Fad #2: New sustainable marbles

La fascinación por todo lo antiguo y vintage está impulsando un redescubrimiento de materiales tradicionales como el mármol, tanto por su durabilidad como por su carácter. Sin embargo, la extracción de este material provoca una gran presión a nivel medioambiental. Es por eso que están apareciendo "nuevas piedras" que reinterpretan el mármol en otro tipo de materiales sin duda más sostenibles. En este sentido, los aglomerados con altas prestaciones de resistencia está generando una nueva forma estética de entender lo que es la piedra.

Mientras que las generaciones de más edad definen la sostenibilidad en función de los materiales utilizados para crear los productos, la Generación Z es más propensa a asociar la sostenibilidad con técnicas de fabricación vanguardistas y sostenibles (fuente: Forbes)



Palette #2 New Sustainable Marbles



F6315
Neo Cyclone



F6349
Frosted Pearl



F3421
Bianca Luna



0771
Azurro Naxos
Fenix



F5014
White Painted
Marble



0793
Grigio Aragona
Fenix



F9510
Layered Black
Sand

Trend 2 →
Synthesized
Nature
FAD 2

New sustainable marbles Moodboard



Key design notions

Impulsar el interés por el producto con una tactilidad extrema y colores y acabados

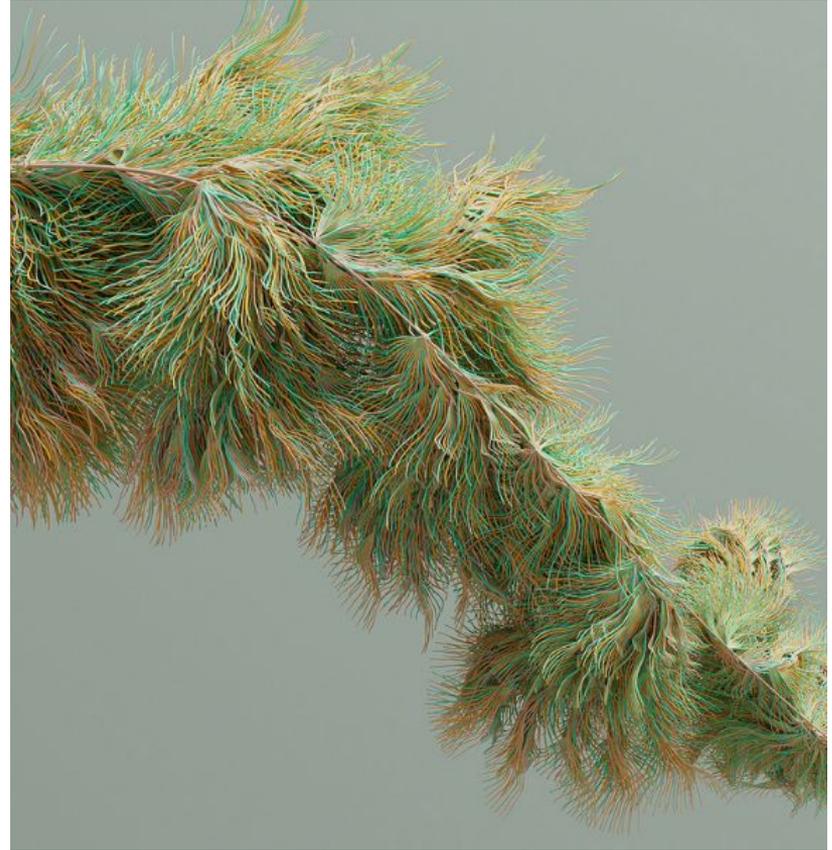
Explorar la dimensión de las piedras, con nuevas tipologías diferentes a las habituales

Los diseños marmoleados aportan tactilidad a los diseños gracias a los patrones en superficie inspirados directamente en el mármol natural.

Piedras y colores neutros se combinan con tonos propios del mundo digital y los colores.

Los diseños en donde las vetas se suavizan aportan un aire relajante a los interiores.

Hay un uso más extravagante y atrevido de las reproducciones de piedras que no solo son un producto de lujo



Trend 3→

Dark Hedonism



Trend 3 →
Dark Hedonism

In search of emotion

Context & data

Ya sea por los estragos de la pandemia en la salud mental de las personas, por la cultura del *burnt out* o por la conmoción generalizada ante diferentes conflictos internacionales, la gente siente una sensación de vacío cada vez más difícil de definir. Algunas investigaciones sugieren que **la anhedonia va en aumento** desde 2020, y sus efectos ya se dejan notar.

Es de esperar que, como consecuencia de esta época de crisis, la gente adopte actitudes más prácticas. Sin embargo, este estado de insensibilización está provocando que la gente anhele experiencias que induzcan emociones: **sentimientos de alegría y asombro, búsqueda de lo espectacular, lo surrealista y lo extraterrestre**. Incluso las emociones más oscuras se están generalizando: lo terrorífico, lo extraño, lo distópico.

51%

En Estados Unidos, alrededor del 51% de los consumidores declararon querer derrochar y darse un capricho en un arrebato de gasto por venganza pospandémica en 2021.

Source: McKinsey

"Tendemos a vivir en lo mundano, lo aburrido y lo ordinario"

Jason Silva, artista, cineasta, narrador, presentador de televisión y futurista.

▲ **+25ppt**

Dark Aesthetic

▲ **+82ppt**

Dark Modern Bedroom

Source: Pinterest

Qué es Dark Hedonism

- ↘ Una paleta de colores alineados con lo místico y lo oscuro, que transforman nuestra visión y nos llevan de lo natural a lo sobrenatural.
- ↘ Una fantasía de pensamientos ocultos, de todo lo que entraña misterio.
- ↘ Los tonos claros se transforman en matices opacos e impenetrables. Los cobres y plateados aportan esa magia de la alquimia que permite mezclar lo antiguo con lo moderno y nos hace salir de la rutina para darnos un pequeño capricho.



Patterns selection



F3708
Burnished Coin



F3709
Burnished Iron



F8918
Blackened Steel



F8917
Rolled Steel



F9485
Nero Grafite



F9483
Ferro Grafite



F9510
Layered Black Sand



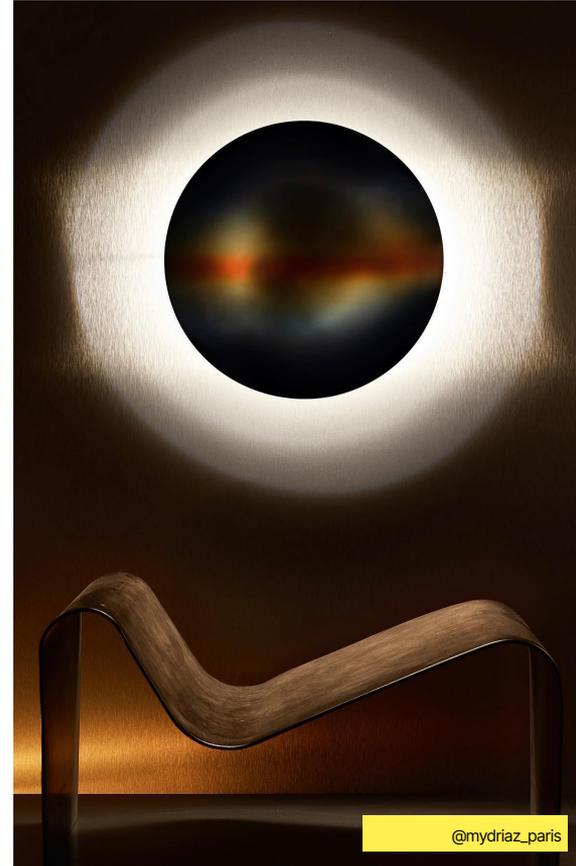
F5015
Black Painted Marble

Trend 3→
Dark hedonism

FAD 1

Fad #1: Hedonism & wellness

En una reinterpretación del lujo relacionado con la salud y el autocuidado, diferentes industrias como la hostelería o la sanidad exploran tipologías visuales que despiertan la lujuria. Las marcas adoptan un aire de encanto, misterio, atracción y seducción, que conecta con una necesidad de disfrute y hedonismo, redescubriendo la intimidad y el autoconocimiento del cuerpo.



Trend 3 →
Dark
Hedonism

“Los colores ejercen una influencia psicológica sobre las emociones y las percepciones. Si adopta una paleta más oscura, evocará intencionadamente una sensación de profundidad, misterio e introspección”.

Dr. Jonathan Leary,
fundador de Remedy Place

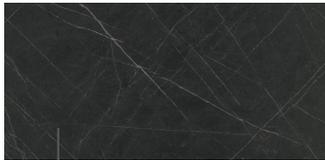
Palette #1 Hedonism & Wellness



F8918
Blackened Steel



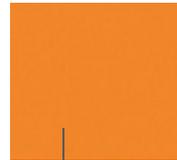
F9510
Layered Black Sand



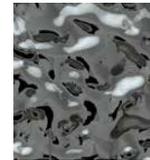
F9510
Nero Grafite



F3708
Burnished Coin



CC3210
Levante



474/636 - Alu
Mirror Polished Lava
Smokey Grey
Homopal



F5015
Black Painted Marble

Trend 3→
Dark hedonism

FAD 1

Hedonism & wellness



Remedy Place



Burnished Coin by Formica



Black Painted Marble
Formica



Open Meditation



@rizi.ad

Trend 2 →
Synthesized
Nature

Ones to watch

Hedonism & Wellness Moodboard



ONES TO WATCH
Black Painted Marble

El movimiento fluido de la tinta y el agua crea la estética visual de una piedra de mármol natural.

Painted Marble fusiona arte, diseño y naturaleza para crear algo único y discreto.



Trend 3→
Dark hedonism

FAD 2

Fad #2: Rebellious spirit

Frente a la uniformidad y la neutralidad, esta tendencia habla del atrevimiento, de no pasar desapercibido, de evitar la normalidad y atreverse a hacer cosas fuera de nuestra comfort zone. En cierto modo, de ser rebelde y un poco macarra.

Una tendencia que resuena con el sector del lujo pero no desde la idea de ostentación, sino más bien desde la individualidad, la autoexpresión y la búsqueda de hacer las cosas de una manera diferente.



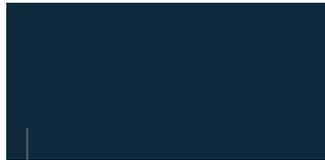
Palette #2 Rebellious spirit



F8918
Blackened Steel



F9510
Layered Black Sand



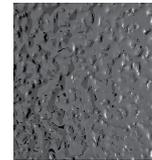
0754
Blu Fes
Fenix



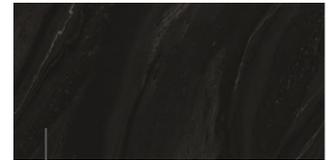
0751
Rosso Jaipur
Fenix



CC3210
Levante



474/636 - Alu
Mirror Polished Lava
Smokey Grey
Homapal



F5015
Black Painted Marble

Trend 3→
Dark hedonism

FAD 2

Rebellious spirit Moodboard



Cupra DarkRebel



Alu Mirror Polished Lava
Smokey Grey
Homapal



Layered Black Sand



Byredo



Nero Grafite

Key design notions

Son clave los materiales afelpados, sensuales y estimulantes al tacto, así como los materiales brillantes que aportan una sensación de lujo.

Los tonos joya encajan con la idea que plantea esta tendencia de “elevar lo cotidiano”.

Los dorados y grises metálicos se unen para generar una mezcla de lo antiguo con lo moderno.

Se trata de una estética que conecta con los espacios de ocio y hospitality.



Trend 4 →

Hyper- Functionality



Trend 4 →
Hyper-Functionality

Context & data

Less and better

Estamos asistiendo a un cambio significativo hacia lo que podría denominarse **comfort realista**. Este movimiento hacia la autenticidad, nos invita a reevaluar lo que valoramos en los espacios personales. Ya no se trata solo de seguir las tendencias o de crear espacios dignos de Instagram, sino de construir espacios que reflejen las necesidades reales de las personas, sus gustos y su estilo de vida.

Esta tendencia hacia una vida más natural y desenfadada en el hogar nos recuerda que, al fin y al cabo, las casas son para vivirlas, no sólo para exhibirlas.

2.5M

Tras estudiar 2,5 millones de reservas en su plataforma en 2023, Taskrabbbit comprobó cómo el diseño de espacios pequeños sigue en aumento.

Source: Taskrabbbit

93%

de los consumidores mundiales considera importante que su hogar les proporcione una sensación de confort

Source: IKEA 2021 Report

EL 53% de los consumidores dice que relajarse es la actividad más importante que les ayuda a sentirse bien en casa

Source: IKEA 2021 Report

Trend 4 →
Hyper-Functionality

¿Qué es Hyper-Functionality?

↘ Hyper-Functionality se basa en una paleta de básicos en color, donde la practicidad y la funcionalidad son el eje central de la misma.

↘ Esta paleta tiene dos caras: por un lado una visión futurista de los materiales con superficies inspiradas en un estilo industrial. Los tonos neutros y los metálicos fríos son los protagonistas.

↘ Por otro lado, es una paleta que presta especial atención a las cualidades robustas, la longevidad y la funcionalidad de materiales y diseños icónicos. Las texturas icónicas como el terrazo, reflejan el latente atractivo por la nostalgia y la necesidad de conectar con personas y cosas reconocibles, en un mundo que parece cada vez más peligroso e incierto.



Trend 4 →
Hyper-Functionality

"La opinión generalizada en el sector del mueble era que estaban intentando convertirlo en un negocio de moda, y yo no lo veía así. Todo era nuevo, nuevo, nuevo. Nos alejamos completamente de esa idea de moda y cambio de producto. Algunos de los productos que introdujimos a finales de los 80 los seguimos fabricando hoy en día"

John Gabbert,
Room & Board founder

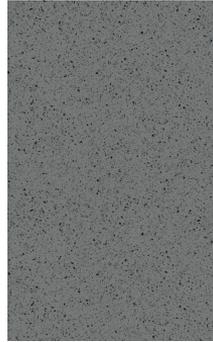
Patterns selection



F8381
Spectra Chip



F8382
White Chip



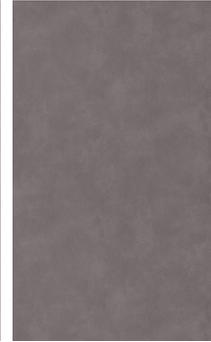
F8372
Grey Chip



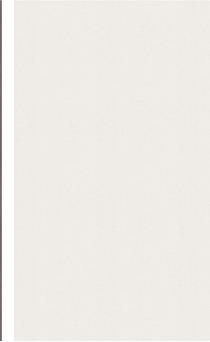
F8387
Black Chip



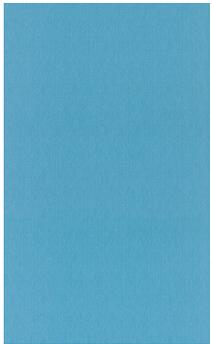
F5936
Lulworth Flint



F5935
Purbeck Flint



F8678
Starched Paperfold



F6944
VirrVarr Blue



F8681
Cotton Cloth



F8682
Woolen Cloth



F6444
Clay Textile



F6445
Greige Textile



F7108
Saturn Brush



F7106
Oxide Brush

Trend 4 →
Hyper-Functionality

FAD 1

Fad #1: Soft tactility

El brutalismo *soft* presenta un contraste visual en los espacios al confrontar superficies ásperas con otras más suaves. La idea es preservar la esencia de los edificios antiguos industriales a la hora de diseñar nuevos interiores, por lo que se produce en ellos una **convergencia entre lo antiguo y lo contemporáneo**.

A medida que las personas se sienten cada vez más abrumadas por la cantidad de oferta de productos, se produce un cambio de mentalidad en el que el "menos pero mejor" fomenta que se prioricen los valores sobre la estética.



Palette #1 Soft tactility



0794
Verde Kitami
Fenix



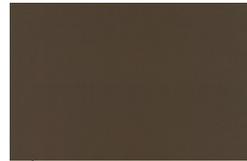
F6444
Clay Texture



F8681
Cotton Cloth



F7106
Oxide Brush



F7108
Saturn Brush



448
Alu Brushed Black
Homopal

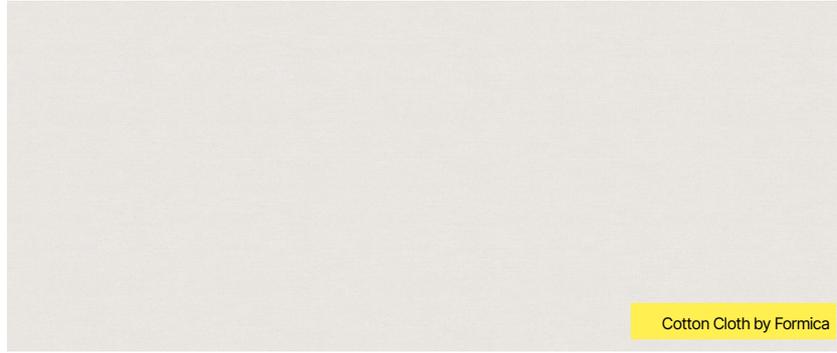


F8678
Starched Paperfold

Trend 4 →
Hyper-Functionality

Soft tactility Moodboard

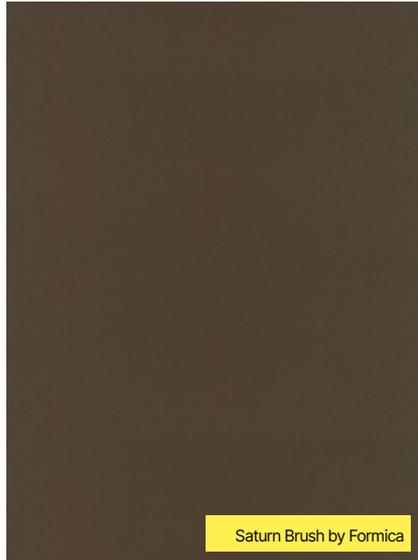
FAD 1



Cotton Cloth by Formica



Sarah Ellison



Saturn Brush by Formica



Hoof Cafe by Bone



Puro Hotel

Trend 4 →
Hyper-Functionality

Ones to watch

ONES TO WATCH
Purbeck Flint

El hormigón y el yeso se alejan de la intensidad de las tendencias industriales para adoptar un aspecto brutalista más suave y sutil, con un atractivo cálido y tranquilizador.



Trend 4 →
Hyper-Functionality

FAD 2

Fad #2: Industrial history connected

El atractivo de la estética industrial, con su cruda simplicidad y su enfoque en la funcionalidad y utilidad, ha demostrado ser **atemporal**, manteniéndose como una fuente de inspiración constante en el mundo del interiorismo.

La recuperación de iconos del diseño se debe en parte a su capacidad para contar historias. Pero también porque hay un creciente aprecio por la belleza en la funcionalidad simple y directa. La utilidad, se convierte pues en el **core de la estética** misma.



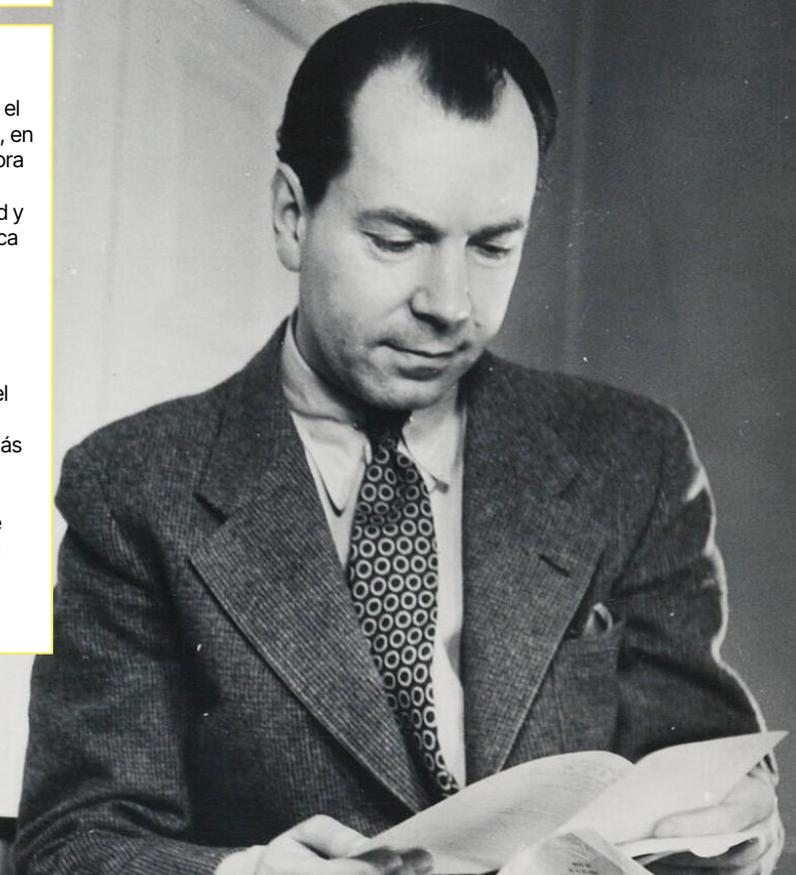
Trend 4 →
Hyper-Functionality

Ones to watch

ONES TO WATCH
VirrVarr Blue

Formica Group relanza el diseño VirrVarr en una celebración de la historia y el aspecto icónico del mismo, en una variante azul que explora la esencia de este diseño: accesibilidad, funcionalidad y versatilidad, ya que se aplica en espacios de todo tipo gracias a su diseño a pequeña escala y no direccional.

Sigvard Bernadotte, hijo del rey de Suecia y uno de los diseñadores industriales más influyentes del país, lo concibió mientras garabateaba en un bloc de notas durante una llamada telefónica. Los laminados VirrVarr se fabrican desde 1958.



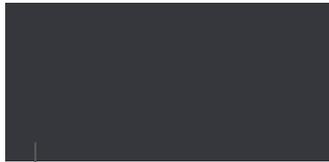
Palette #2 Industrial history connected



F8678
Starched Paperfold



F8381
Spectra Chip



0724
Gricio
Bromo
Fenix



F7106
Oxide Brush



F7108
Saturn Brush



641/000
Stainless Steel Brushed
Homapal



F8387
Black Chip

Trend 4 →
Hyper-Functionality

Ones to watch



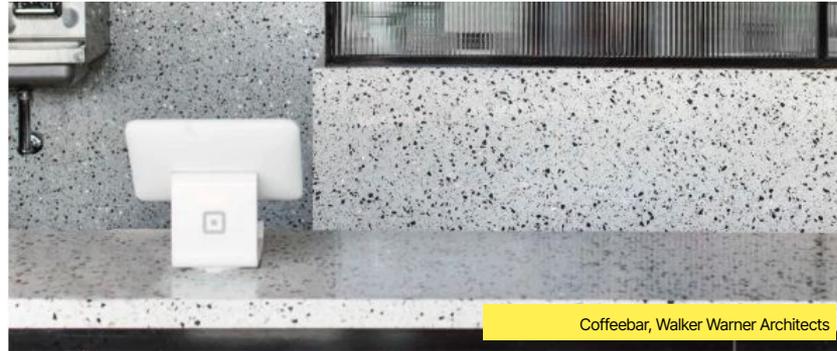
ONES TO WATCH
Chip Series

La serie de diseños Chip sigue la tradición de la marca Formica, colaborando con otros diseñadores para dar lugar a un diseño renovado de sus productos más icónicos. Como el terrazo sigue siendo una tendencia tan utilizable y a largo plazo, su objetivo era trabajar con una de las primeras diseñadoras en devolver este aspecto a la industrial, la diseñadora británica Olivia Aspinall. La Chip series celebra el diseño retro en una nueva forma.



Trend 4 →
Hyper-Functionality
FAD 2

Industrial history connected Moodboard



Key design notions

La pureza de líneas es un aspecto central ya que transmite visualmente el aspecto y la sensación de sencillez buscado-

La practicidad guía la parte formal del diseño, sin renunciar a una estética, que habla de atemporalidad pero sin perder personalidad

Para dar calidez a los diseños metálicos y al aluminio, se combinan con maderas en marrones oscuros será clave.

Aunque aplicado de forma sutil y discreta, el color es parte fundamental de esta tendencia.

El tipo de acabado en los metales determinará la dirección que toma el espacio.



The trends

Index

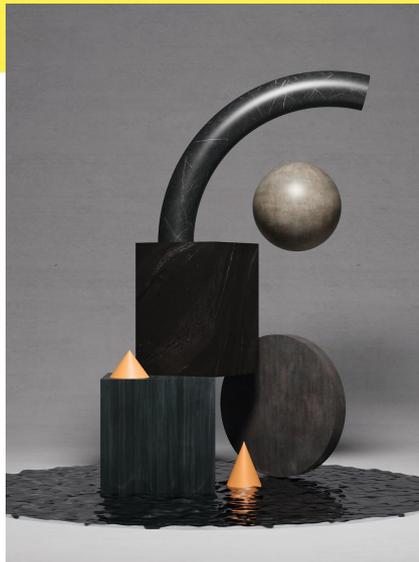
↘ Reclaimed
Beauty



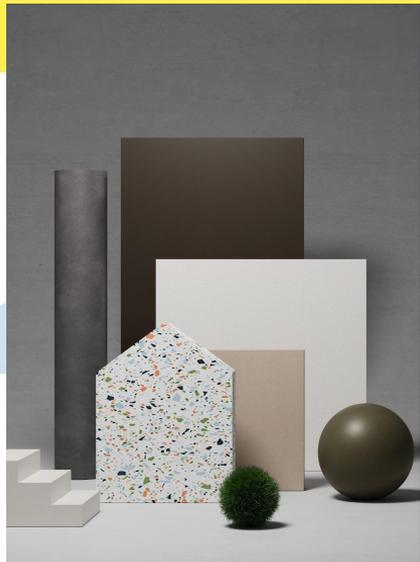
↘ Synthesised
Nature



↘ Dark
Hedonism



↘ Hyper-
Functionality



Trend 1 →
Reclaimed
Beauty

**Las tendencias no se predicen,
se construyen.**



Thanks

© Formica + Futurea 2024.

Formica y Futurea se reservan todos los derechos y, en particular, los de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación, incluso parcial. Las informaciones y datos de este informe han sido debidamente verificados. No obstante, Formica y Futurea no aceptan ninguna responsabilidad por su uso.

More news in
↘ www.formica.com



Download
the catalogue ↘

