

PAMBIANCO

# DESIGN

NUMERI, FATTI E PROTAGONISTI DELLA CASA E DEL DESIGN

**INTERVISTA** Artemide,  
fabbrica delle idee luminose

**ANALISI** I fatturati crescono  
nel 2016

**PROGETTI** ICG sbarca  
a Dubai

**CREATIVI** Ora-ïto,  
saggiamente folle

Piacere italiano - In caso di mancato pagamento al CAP di Rosarno per la restituzione al mittente previo pagamento resi ANNO II - N° 2, APRILE - MAGGIO, 2017 - 5 EURO



**IL FUTURO È SMART**  
E pone l'individuo al centro

COVER BY RENATO MAMBOR







Molteni & C

## MY LIFE DESIGN STORIES

Mondrian divano e tavolini, design Jean-Marie Massaud.  
Stanford poltrona, design Jean-Marie Massaud.



Salone Internazionale del Mobile | 4-9.04.2017 | pavilion 5 | stand A09.B02 A11.B10



**Poliform**





red

SCAVOLINI

[www.scavolini.com/dsk](http://www.scavolini.com/dsk)

Trascorriamo le ore più belle in un luogo in cui tutto è perfetto e i materiali sono come appaiono.





bulthaup



Fuorisalone

**Flagship Store Ernestomeda Milano**, via Larga, 9  
4/8 April 2017 - from 10 am to 1.30 pm - from 2.30 pm to 9.00 pm  
(Thursday 6 closed at 7pm)

**Ernestomeda Corporate Showroom**, Via Melloni, 3  
3/7 April 2017 - from 10 am to 6 pm

[www.ernestomeda.com](http://www.ernestomeda.com)

ernestomeda



**SOUL**  
design Giuseppe Bavuso

N | *Harmony Maker*



MILANO DESIGN WEEK 2017  
RHO FIERA, PAD. 16 STAND E41/F40  
FLAGSHIP STORE, VIA DURINI 24

*Puglia, Italia*



**NATUZZI**  
ITALIA

# EDITORIALE



## Un laboratorio per l'industria del futuro

di *David Pambianco*

**I**l settore dell'arredo si scopre laboratorio per una delle frontiere di sviluppo industriale del futuro. Come emerge dal dossier di questo numero di Pambianco Design, il comparto sta interiorizzando aspetti tecnologici che hanno risvolti di innovazione sociale ancora molto sottovalutati in Italia, ma che rappresentano elementi chiave di un possibile modello di business del domani.

I mondi in cui si muove l'arredo stanno accelerando le trasformazioni come mai prima nella storia, spinti dall'ingresso, nella realtà quotidiana, del pensiero elettronico. E, soprattutto, di Internet. L'Internet delle cose. Questo vale negli ambiti domestici, dove la parola d'ordine è 'domotica'. Vale sul luogo di lavoro, dove un concetto dominante è 'smartworking'. E vale nell'industria, dove il suffisso 4.0 è ormai un mantra condiviso.

Insomma, si tratta di tasselli significativi, non solo dal punto di vista dell'efficienza e dell'efficacia della produzione: la robotica, la gestione a distanza, le connessioni tra impianti e tra elementi della filiera. Ma anche dal punto di vista della sostenibilità ambientale e sociale. Questa rivoluzione tecnologica consente guadagni immediati ed evidenti in ambito ambientale (minor consumo di energie, maggiori capacità di riciclo, riduzione degli scarti), permette un balzo notevole in termini di vivibilità (miglior luogo di lavoro, migliore integrazione azienda territorio) e si traduce, nella sua accezione più completa, in nuove opportunità di relazione con gli stakeholder dell'impresa (creazione di sistemi di condivisione online con fornitori e clienti; maggiore trasparenza; opportunità di partecipazione). E, infine, in nuove opportunità di business per uscire dall'appiattimento della competizione sul prezzo.

Ecco perché, nella sua arte di progettare i mondi, il design ha in mano carte importanti per il proprio posizionamento futuro, per valorizzare al meglio la 'capacità-del-fare' in modo nuovo e innovativo. Si trova in mano carte decisive per dimostrare che la 'capacità-del-fare' italiana può essere declinata al meglio secondo l'interpretazione 'sostenibile' che caratterizzerà l'industria di questo nuovo secolo.



# Italian Masterpieces

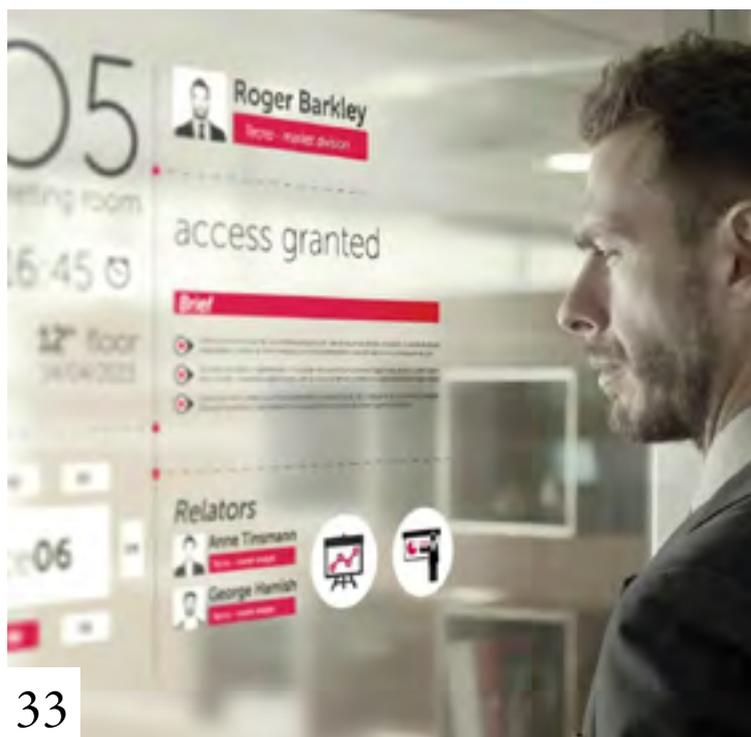
POLTRONA ARCHIBALD. DESIGN BY J.M. MASSAUD.  
SALA DEL THE, PALAZZO COLONNA, ROMA.

[poltronafrau.com](http://poltronafrau.com)



# SOMMARIO

- 20 PRIMO PIANO  
**I fatturati dell'arredo crescono nel 2016**
- 24 ANALISI  
**Armani/Casa, il luogo dell'armonia**
- 28 INTERVISTA ESCLUSIVA  
**Armani/Casa, il luogo dell'armonia**
- 33 DOSSIER  
**Il futuro è smart**  
34 **L'Italia torna al centro del Salone**  
40 **Il futuro della luce è 'human centric'**  
50 **Parola d'ordine: smartworking**
- 58 INTERVISTA DOPPIA  
**Artemide, fabbrica delle idee luminose**
- 62 ANALISI  
**Multibrand verso l'estero**
- 64 INTERVISTA  
**Gandini (Flos): Luce al bivio**
- 66 ITINERARI  
**FuoriSalone, Milano di nuovo hub creativo**
- 72 CREATIVI  
**Ora-ïto, saggiamente folle**
- 74 CONTRACT  
**ItalianCreationGroup sbarca a Dubai**
- 78 CREATIVI  
**Stefano Boeri, il progetto come rigenerazione**
- 82 SCENARI  
**Innovazione e contract per il tessuto**
- 90 SCENARI  
**Il tappeto volante è di design**
- 96 CREATIVI  
**Dimore Studio, ritorno alla decorazione**



## DOSSIER

### IL FUTURO È SMART

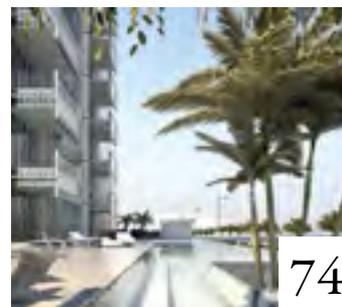
Dalla casa, all'ufficio, all'illuminazione le esigenze dell'individuo sono al centro di ogni progetto. Tecnologia e domotica rispondono a un rinnovato e dinamico rapporto tra persona e spazio circostante. Il punto fermo è il costante cambiamento.



## ITINERARI

### FuoriSalone, Milano hub creativo

Torna la Design Week per eccellenza. Opening e installazioni nella capitale del design.



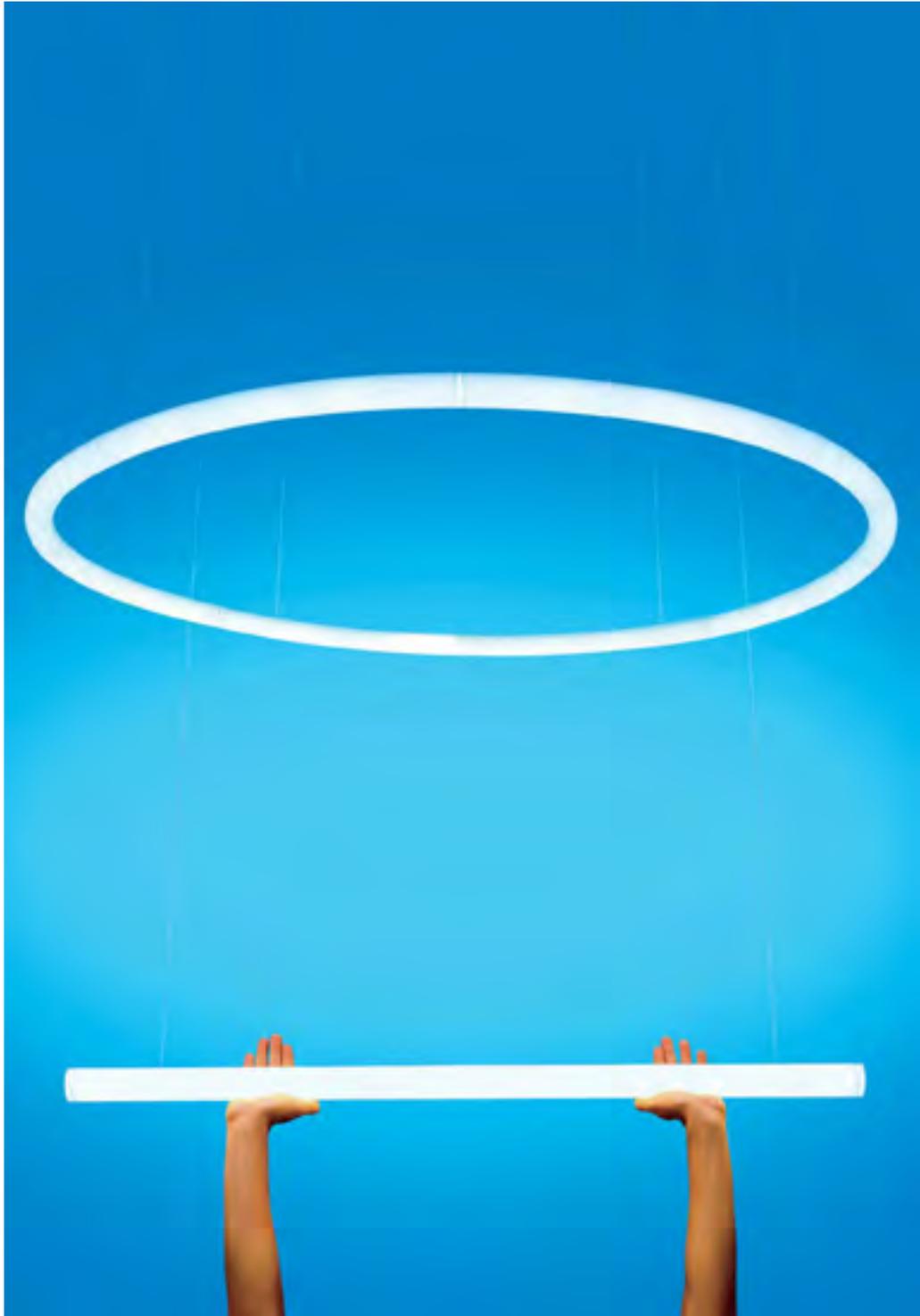
## CONTRACT

### ItalianCreationGroup sbarca a Dubai

ItalianCreationGroup porta Valcucine a Dubai in uno degli ultimi progetti residenziali realizzati sulla Palm Jumeirah.

Artemide®

artemide.com



Alphabet of light  
BIG

Pierpaolo Ferrari, 2017

- 100 APPROFONDIMENTO  
**Guggenheim Intrapresae compie 25 anni**
- 102 INTERVISTA  
**Visionnaire, green re-evolution**
- 104 INTERVISTA  
**I primi 60 anni di Abet Laminati**
- 108 INTERVISTA  
**Jaguar Land Rover, quando il design è il core business**
- 112 REPORTAGE  
**Made expo, progettualità e ricerca**
- 133 WHAT'S NEW  
**Le novità del Salone**  
134 **Tutti i colori del design**



58

INTERVISTA DOPPIA

**Gismondi-De Bevilacqua (Artemide): "La nostra è la fabbrica delle idee luminose"**

Le nuove frontiere del lighting design e i retroscena degli oggetti di culto che hanno scritto la storia dell'azienda e della luce. E una promessa: nel futuro faremo lampade capaci di accendere emozioni.

## In copertina



Renato Mambor  
"Pensatori fuori casa" 72x103 cm  
Smalto, acrilico su cartone, 2014  
Courtesy of Galleria Gruppo Credito Valtellinese

Cover story a pag. 146

...ogni giorno sul web

[www.design.pambianconews.com](http://www.design.pambianconews.com)



**PAMBIANCO** *design*

**CONTINUANO LE ACQUISIZIONI**

I big della luce e dell'ufficio arricchiscono il portafoglio



**PAMBIANCO** *tv*

**NELLE VIE DELLA DESIGN WEEK**

Dagli spazi fieristici ai distretti per conoscere gli ultimi trend del settore



**SCARICA LA APP  
DI PAMBIANCONEWS**



Moroso Spa  
Udine Milano London  
Amsterdam Köln  
New York Seoul  
[www.moroso.it](http://www.moroso.it)

Massas sofa, 2015  
with velvet by Kvadrat Raf Simons  
Fjord armchair + stool, 2002  
with lampas by Rubelli  
by Patricia Urquiola

**MOROSO™**  
the beauty of design



## NUOVA GOVERNANCE PER FEDERLEGNOARREDO

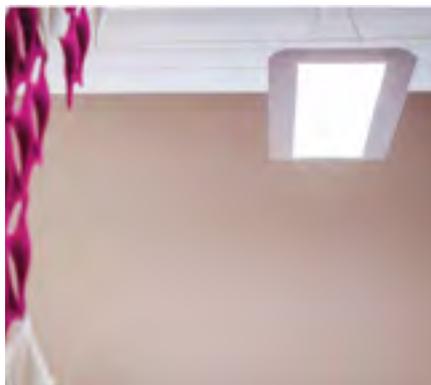


Emanuele Orsini

**È** tempo di cambiamenti in FederlegnoArredo Eventi dopo la nomina di Emanuele Orsini a presidente dell'associazione al posto di Roberto Snaidero. La nuova governance prevede la creazione di due Business Unit che fanno capo a Orsini: la Business Unit dei Servizi che comprende l'organizzazione, l'amministrazione e l'ufficio legale, il centro studi, lo sviluppo internazionale, la formazione con presidente Stefano Bordone e la Business Unit del Salone del Mobile.Milano, con presidente Claudio Luti eletto da un Comitato rappresentativo delle imprese dell'arredo e che lo vede tornare dopo una precedente esperienza nel ruolo dal 2012 al 2014. Luti sarà affiancato da Marco Sabetta, DG e Andrea Vaiani, direttore della manifestazione. Vicepresidente di FederlegnoArredo Eventi è Giovanni Anzani e Vicepresidente Vicario Stefano Bordone. FederlegnoArredo ricopre da tempo un doppio ruolo: è l'associazione confindustriale di rappresentanza degli industriali del settore ma gestisce direttamente anche il business fieristico. Presidente dell'associazione per sei anni è stato Snaidero che aveva ricoperto nell'ultimo biennio anche la carica di presidente del Salone. Orsini ha preferito sdoppiare le cariche. Infine, Giovanni De Ponti ha lasciato la carica di DG, passando il testimone a Sebastiano Cerullo, già vice direttore generale.

## IL FONDO IDEA CCR ACQUISTA IL 100% DI TARGETTI

IDeA Corporate Credit Recovery, fondo di debtor-in-possession (dip) financing, gestito da IDeA Capital Funds, ha perfezionato l'investimento in Targetti Sankey, azienda attiva nell'illuminazione architettonica. IDeA CCR I ha acquistato il 100% del pacchetto azionario di Targetti nell'ambito dell'operazione di risanamento e rilancio. L'ingresso del fondo "permetterà di accelerare il percorso di sviluppo a livello internazionale", si legge nel comunicato.



## RON GILAD ALLA CREATIVITÀ DI DANESE

Il nuovo direttore creativo di Danese Milano, brand del gruppo Artemide, presenterà il suo punto di vista sul brand con l'installazione 'Fragments of Life', in via Canova 34, durante la Milano Design Week. Gilad ha anche aggiornato il logo aggiungendo due piccole sfere, come occhi aperti sul futuro del design.

## ETHIMO PER IL PARK HYATT MILANO

Ethimo è uno dei partner selezionati per arredare il Park Hyatt Milano, composto da 106 camere e suite distribuite su sei livelli. I complementi del brand completano le terrazze delle due migliori suite: la Presidential Suite e la Duomo Suite.

## PEDRALI PER IL RISTORANTE LONDINESE OLIVO

Disegnata da Odo Fioravanti e vincitrice del Compasso d'Oro nel 2011, la seduta Frida è ora entrata a far parte degli arredi del nuovo ristorante londinese Olivo, situato al civico 21 di Eccleston Street. Gli interni sono curati dall'architetto Pierluigi Piu.



## DESIGN MILANESE PER L'HOTEL VIU

Un nuovo hotel, di proprietà di Antonio e Tommaso Viscardi, è pronto ad aprire nel quartiere di Porta Volta. L'hotel Viu Milan si ispira all'estetica milanese per l'interior design ideato dallo studio Arassociati e dallo studio di Nicola Gallizia.



# RUBELLI CASA

DIVANO E POLTRONA DOMINO | TAVOLINI BARENA E SESTIERE  
SALONE DEL MOBILE MILANO | HALL 1 STAND E15-E21 | RUBELLI.COM

## GEBERIT CRESCE SUL MERCATO ITALIANO

Il 2016 si è chiuso positivamente per il Gruppo Geberit che ha visto una crescita dell'8,3% rispetto al 2015 con un fatturato di quasi 2,6 miliardi di euro. In particolare l'ultimo trimestre ha segnato una crescita del 2,5% con vendite per 584,6 miliardi. La crescita organica del Gruppo è stata del 6,4% con un +3,9% sul mercato italiano.

“Il merito va agli investimenti fatti in questi ultimi anni e allo sviluppo di prodotti innovativi e di altissima qua-

lità, ma anche all'implementazione di un servizio rivolto a tutte le categorie professionali a cui facciamo riferimento: dall'installatore al progettista di impianti, dall'architetto all'utente finale – spiega Giorgio Castiglioni, direttore generale Geberit Group -. Con la recente acquisizione di Pozzi-Ginori, e grazie alla sua indiscussa notorietà di marca, Geberit ha contribuito inoltre a rafforzare e implementare la propria brand awareness”.



Giorgio Castiglioni

## Laminam, fatturato a +30% e opening in Brera



Alessandra Stefani

Il marchio modenese sposta il suo showroom sempre più vicino al cuore di Milano, in via Verdi 5 a due passi dal quartiere Brera. “Sicuramente via Verdi è una posizione strategica, la preferiamo e ci rappresenta maggiormente – ha raccontato Alessandra Stefani, vice presidente e art director di Laminam a *Pambianco Design* – siamo in uno spazio storico che accoglie in un abbraccio unico tradizione e innovazione”.

Lo showroom, precedentemente occupato dalla boutique Sahrai, è firmato da Alessandra Stefani. In

questo modo la versatilità che caratterizza il prodotto unico del marchio viene enfatizzata e declinata nelle sue potenzialità: le lastre in gres porcellanato ecologico senza quarzo di diverse lunghezze hanno 3 differenti spessori (3mm, 5mm e 12mm) risultando perfette sia per l'interior design (cucine, piani scrivanie) così come per l'exterior (facciate ventilate).

Laminam ha chiuso il 2016 con un fatturato di 68 milioni di euro a +30% rispetto all'anno precedente e prevede di crescere del 40% nel 2017.

## Zaugg sarà AD di Alias

Beat Zaugg, presidente e socio di maggioranza di Alias dal 2015, assume la carica di AD dell'azienda al posto dell'ex AD, nonché architetto, Renato Stauffacher che dopo 35 anni di lavoro ha deciso di intraprendere nuove sfide. In collaborazione con l'architetto Andrea Sanguineti, brand manager&design director, a capo del prodotto, marketing e vendite; con Simona Vavassori, responsabile amministrazione e finanza, e con Giorgio Bontempi, operation manager, Zaugg guiderà il marchio puntando su internazionalizzazione e ricerca prodotto.



Beat Zaugg

### Jacuzzi porta in Italia la produzione Usa

Jacuzzi ha trasferito la sede di produzione di alcuni modelli di spa dal Nord-America in Italia, a Valvasone Arzene (Pordenone), dove le linee di fabbricazione sono già attive. E a Milano il quartier generale europeo. La produzione sarà così in prossimità dei principali Paesi potenziali acquirenti.

### Gebrüder Thonet Vienna si trasferisce a Torino

Gebrüder Thonet Vienna GmbH (“GTV”) ha inaugurato ufficialmente il nuovo showroom aziendale in via Foggia 23/H. Lo storico marchio viennese ha recentemente trasferito la propria sede a Torino, già visitabile agli architetti, interior designer e contractor, ed ora ufficialmente aperta anche al pubblico.

### Cento città per il 1° Italian Design Day

Si è svolto il 1° marzo il primo Italian Design Day, la giornata internazionale promossa dal ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, in collaborazione con Triennale di Milano, ministero dello Sviluppo Economico e Ministero dei Beni e delle Attività Culturali e del Turismo, per celebrare l'eccellenza del design italiano.

# DESIGN PORTRAIT.



Michel, sistema di sedute disegnato da Antonio Citterio. [www.bebitalia.com](http://www.bebitalia.com)

B&B Italia Store Milano, via Durini 14 - T. 02 764 441 - [store.milano@bebitalia.it](mailto:store.milano@bebitalia.it)

**B&B**  
ITALIA



# I fatturati dell'arredo CRESCONO nel 2016

di Paola Cassola

*IL GIRO D'AFFARI  
DELL'ARREDAMENTO E  
DELL'ILLUMINAZIONE  
È TORNATO AD  
AUMENTARE, DOPO  
ANNI DI SOFFERENZA.  
LA RICERCA SULLE  
PRINCIPALI AZIENDE  
DEL SETTORE MOSTRA  
UN INCREMENTO  
MEDIO DELL'7,7 PER  
CENTO.*

**S**egnali positivi per il settore dell'arredamento italiano che punta su innovazione e investimenti per battere la crisi. Le principali aziende italiane di casa&design, secondo uno studio condotto da **Pambianco Strategie di Impresa**, hanno archiviato un 2016 in crescita e possono guardare al 2017 con una buona dose di ottimismo: i ricavi delle aziende del settore inserite nel campione sono cresciuti nel complesso dell'7,7 per cento, passando da 4 miliardi di euro nel 2015 a oltre 4,3 miliardi, nonostante qualche scossa di assestamento per alcune realtà. È il caso di **Natuzzi** che pur posizionandosi in vetta alla classifica registra una lieve flessione (-6,4%) attestandosi a 457 milioni di euro rispetto ai 489 milioni del 2015.

Il Gruppo **Molteni** è al secondo posto sul podio per dimensioni con un giro d'affari aggregato 2016 in aumento del 14,7%, passando da 319 milioni di euro a 366 milioni.

In termini di crescita percentuale, il best performer 2016 è **Disano** che ha registrato un fatturato di 200 milioni di euro, in crescita del 35,3%

rispetto ai 148 milioni del 2015. Tra le prime in classifica si conferma **Scavolini** con 220 milioni di euro in crescita dell'8,9% sul 2015, quando aveva registrato 202 milioni. "Siamo estremamente soddisfatti dei risultati raggiunti nel 2016 - ha commentato **Fabiana Scavolini**, amministratore delegato -. A questo traguardo ha sicuramente contribuito, oltre ai risultati raggiunti in Italia, anche l'importante lavoro fatto sui mercati esteri, ed in particolare Stati Uniti, Europa e Russia, attraverso un capillare piano di espansione internazionale che stiamo portando avanti già da anni. Solo nell'ultimo trimestre 2016, abbiamo inaugurato store monarca in Usa, Cina, Spagna, Grecia, Maldive, Oman e Italia. La formula del nostro successo è sempre la stessa: prodotti di design e di qualità made in Italy, attenzione ai dettagli, massima libertà compositiva, ampiezza di gamma sia in termini di prezzo che di stile, eccellente servizio assistenza e affidabilità del brand. Elementi ai quali si aggiunge lo straordinario lavoro fatto da tutta la nostra rete vendita".



### TOP 25 AZIENDE PER FATTURATO 2016

Rank	Azienda	Settore	Fatturato 2016	Fatturato 2015	Δ %
1	NATUZZI	Mobili	457	489	6,4
2	GRUPPO MOLteni*	Mobili	366	319	14,7
3	POLTRONA FRAU	Mobili	320	300	6,7
4	POLTRONESOFA'	MOBILI	259	216	20,0
5	IGUZZINI	Illuminazione	232	224	3,6
6	SCAVOLINI	Cucine	220	202	8,9
7	FLOS	Illuminazione	208	199	4,7
8	DISANO	Illuminazione	200	148	35,3
9	LUBE	Cucine	197	175	12,8
10	B&B ITALIA	Mobili	185	170	8,8
11	ARCTURUS	Art de la Table	170	159	6,6
12	POLIFORM**	Mobili	155	154	0,8
13	VENETA CUCINE	Cucine	143	135	6,6
14	SNAIDERO	Cucine	127	117	8,0
15	ARTEMIDE GROUP	Illuminazione	125	126	0,8
16	CLUB HOUSE ITALIA	Mobili	120	107	12,0
17	CALLIGARIS	Mobili	117	114	2,1
18	KARTELL	Mobili	111	99	12,1
19	GESSI	Bagno	110	110	0,0
20	STOSA	Cucine	98	84	16,2
21	LINEA LIGHT	Illuminazione	88	83	6,0
22	BATTISTELLA	Mobili	87	78	11,5
23	BOFFI	Cucine	84	76	10,3
24	PEDRALI	Mobili	80	72	11,1
25	MARCO'S (ARPER)	Mobili	72	68	6,4
	<b>TOTALE</b>		<b>4.330</b>	<b>4.022</b>	<b>7,7</b>

Tabella modificata in data 13 aprile per imprecisioni

Fonte: Pambianco Strategie di Impresa

(\*) Fatturato aggregato

(\*\*) Fatturato consolidato

Valori in milioni di euro



A sinistra, composizione Liberamente di Scavolini, firmata Vuesse

Nella pagina precedente, Molteni&C - D.156.3 design Gio Ponti

In apertura, sistema Kendo disegnato da di Maurizio Manzoni e Roberto Tapinassi dello Studio Memo per Natuzzi Italia

## ILLUMINAZIONE IN POSITIVO

Nel segmento dell'illuminazione, ad entrare nella top otto sono **iGuzzini Illuminazione, Flos, Disano, Artemide, Linea Light Group, Targetti Sankey, Foscarini Murano e Ideal Lux** per un fatturato totale di 976 milioni di euro per un incremento medio del 7,8 per cento. In pole position iGuzzini. "Nel 2016 abbiamo raggiunto il record di sempre delle vendite della iGuzzini illuminazione a 231,5 milioni di euro, circa +3,6% a cambi correnti e +6% a cambi costanti - ha dichiarato l'AD di iGuzzini **Andrea Sasso** -. La crescita è stata generalizzata in tutti i mercati, anche nella U.K. dove la crescita in pound è stata del 14% ma ovviamente cannibalizzata dal consolidamento in euro, i mercati migliori sono stati il Nord America e il Middle East con crescite a doppia cifra. Crescita trainata anche e soprattutto da prodotti innovativi che hanno raggiunto il 75% del nostro fatturato (prodotti lanciati negli ultimi 5 anni)".

### TOP 8 ILLUMINAZIONE PER FATTURATO 2016

Rank	Azienda	2016	2015	Δ %
1	IGUZZINI	232	224	3,6
2	FLOS	208	199	4,7
3	DISANO	200	148	35,3
4	ARTEMIDE GROUP	125	126	-0,8
5	LINEA LIGHT	88	83	6,0
6	TARGETTI SANKEY	50	57	-11,6
7	FOSCARINI	45	45	0,3
8	IDEAL LUX	28	25	13,9
	<b>TOTALE</b>	<b>976</b>	<b>905</b>	<b>7,8</b>

### TOP 5 PER CRESCITA 2016

Rank	Azienda	2016	2015	Δ %
1	DISANO	200	148	35,3
2	POLTRONESOFA'	259	216	20,0
3	STOSA	98	84	16,2
4	GRUPPO MOLTENI	366	319	14,7
5	LUBE	197	175	12,8
	<b>TOTALE</b>	<b>1.120</b>	<b>942</b>	<b>18,9</b>

Fonte: Pambianco Strategie di Impresa  
Valori in milioni di euro

# TIME OFF

 agape

styling Studiopepe / photography Andrea Ferrari / ad Designwork



Lariana 2015 / vasca, design Patricia Urquiola  
Fez 1999 / rubinetteria, design Benedini Associati  
Gemma 2016 / complemento, design Sebastian Herkner

Milan Design Week: 3 / 9 Aprile  
Agape12: via Statuto 12, Milano, 10.00 / 21.00

[www.agapedesign.it](http://www.agapedesign.it)



A MILANO APRE IL NUOVO  
 ARMANI/CASA. QUATTRO  
 PIANI DI HOME COLLECTION  
 RACCONTATA SECONDO  
 IL GUSTO DELLO STILISTA,  
 MAESTRO DI UN'ELEGANZA  
 EQUILIBRATA E ATEMPORALE.  
 E MAI DISGIUNTA DALLA  
 FUNZIONALITÀ.

# IL LUOGO DELL'ARMONIA

di *Monica Montemartini*

**C**orso Venezia, angolo via San Damiano. Dal 1965 è un indirizzo cult nel cuore di Milano, punto di riferimento nel mondo del design internazionale e culla di quel buon gusto squisitamente lombardo che Maddalena De Padova sapeva declinare con maestria. Oggi questo stesso edificio racconta nei suoi 1.300 metri quadrati distribuiti su quattro piani, con 16 vetrine aperte sulla città, la classe senza tempo di Giorgio Armani, che proprio qui ha realizzato il nuovo flagship store dedicato al mondo dell'arredo.

In un allestimento incentrato sul gioco sottile di luci e contrasti, costruito secondo un percorso ideale di ambienti intervallati da delicati pannelli divisorii, sfilano mobili e oggetti combinati secondo un gusto estetico coerente, unico ed emozionale. È proprio Giorgio Armani che descrive la nuova collezione Armani/Casa 2017: "Si distingue per un'idea di lusso sottile e discreto e per la sempre altissima qualità dei materiali. Al centro del progetto Home c'è la riscoperta di preziose tecniche artigianali, la ricerca dello straordinario che si ritrova nell'ordinario. Quest'anno, per esempio, ho puntato sulle strutture leggere, sugli spessori sottili e le forme avvolgenti caratterizzate da tratti continui. Come per il letto Morfeo che pare quasi sospeso, dove le linee diventano superficie".

La cura del particolare e il recupero di una raffinata manualità, per Giorgio Armani sono imprescindibili. "Un esempio di

In apertura,  
 ritratto di  
 Giorgio Armani

**ALESSI**  
**CIRCUS**  
design Marcel Wanders



Copyright Marcel Wanders

[www.alessi.com/circus](http://www.alessi.com/circus)

#AlessiCircus

follow us on





Rendering della facciata del negozio in Corso Venezia, Milano

questo mio impegno è la *marqueterie de paille* che riveste i montanti della libreria Freud. Si tratta di una tecnica francese utilizzata negli anni Venti e Trenta, ma oggi solo alcuni piccoli laboratori sono in grado di ripetere questa lavorazione, che consiste nell'appiattire e levigare con un martellino gli steli di paglia, tagliandoli uno per uno nella giusta lunghezza e applicandoli secondo il disegno stabilito, come un tempo faceva Jean Michel Frank, il cui stile mi ha sempre affascinato". Il risultato è un design sartoriale e di ricerca che regala a ogni pezzo una nuova classicità. "La naturalezza sofisticata è il tratto che unisce tutto quello che faccio, ed è per questo che le mie creazioni sono venate di esotismi sottili e tocchi impercettibili di eccentricità. A volte si possono trovare rimandi diretti all'uso di un colore per mettere in risalto i dettagli, la ripetizione di un motivo o una trama particolare. In altri casi il rapporto tra le mie linee abbigliamento e arredamento è meno specifico e ha più a che fare con un mood o un'atmosfera".

Armani/Casa oggi è presente in 40 Paesi, da Milano a Pechino per un totale di 56 punti vendita, di cui 27 monomarca e 29 shop-in-shop. Cucine, arredo bagno, tessuti, tappeti e rivestimenti murali sono progettati da Armani/Casa, realizzati e commercializzati su licenza, mentre mobili, illuminazione, biancheria da bagno e da letto, articoli da regalo e decorazioni, sono realizzati e commercializzati sotto la diretta supervisione di Armani/Casa. La collezione è prodotta principalmente in Italia dove nasce il 100% degli arredi. Nel 2016 il marchio ha registrato un incremento del volume d'affari

mondiale pari a 7% rispetto al 2015. Le vendite al pubblico nei negozi monomarca sono cresciute del 10% mentre le vendite al Trade Interior Design e le Licenze sono aumentate del 6%.

Dai grandi progetti agli spazi più personali, tutto è sempre in sintonia con l'idea di casa di Giorgio Armani: "Sono convinto che il luogo in cui abitiamo sia un riflesso di noi stessi: ogni ambiente deve essere adatto e funzionale a chi lo abita. Io personalmente amo il rigore morbido, gli spazi ampi in cui trovare l'angolo più privato, la semplicità non priva di calore, il comfort della tecnologia, le forme belle e funzionali e la presenza di pezzi dei maestri del design. E poi, certo, mi piace circondarmi di qualsiasi cosa mi ricordi un momento felice". Così, in un attimo, il pragmatismo diventa poesia.



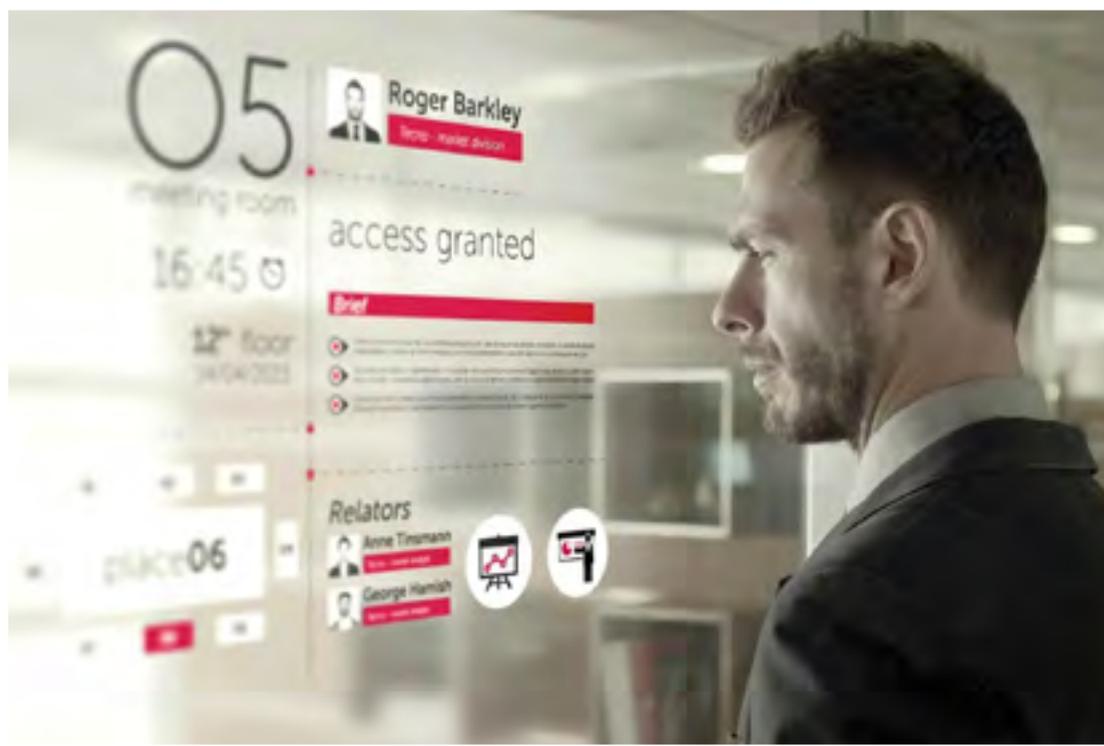
Letto Morfeo. Nasce da un concetto di leggerezza dove la parte centrale sembra galleggiare tra la testiera e la pediera. La struttura è costituita da un unico elemento curvilineo, rivestito da un tessuto tecnico decorato e il cui perimetro è delimitato da una cornice raggata in massello

**oluce**  
Milano dal 1945

ph. A.Brusaferrì



# dossier



## IL FUTURO è smart

*LA PAROLA D'ORDINE PER IL MONDO DEL DESIGN È E SARÀ 'SMART'. DALLA CASA, ALL'UFFICIO, ALL'ILLUMINAZIONE LE ESIGENZE DELL'INDIVIDUO SONO AL CENTRO DI OGNI PROGETTO. TECNOLOGIA E DOMOTICA RISPONDONO A UN RINNOVATO E DINAMICO RAPPORTO TRA PERSONA E SPAZIO CIRCOSTANTE. IL PUNTO FERMO È IL COSTANTE CAMBIAMENTO.*



Courtesy Salone del Mobile Milano

# L'Italia torna al centro del SALONE

di *Andrea Guolo*

*L'EXPORT HA SALVATO L'INDUSTRIA DEL MOBILE DALLA CRISI, ORA È IL MOMENTO DELLA RISCOSSA PER IL MERCATO INTERNO. AL VIA IL NUOVO CORSO DI FEDERLEGNOARREDO, CON UNA GOVERNANCE ORIZZONTALE.*

Il Salone del Mobile apre la cinquantaseiesima edizione (4-9 aprile) con molte novità, a cominciare dal nuovo corso di **FederlegnoArredo Eventi** che a inizio anno ha rinnovato i propri vertici. Sarà pertanto il primo Salone da presidente per **Emanuele Orsini**, l'imprenditore modenese entrato in carica a metà febbraio e che sta lavorando per il rinnovamento dell'associazione e della manifestazione organizzata dalla società controllata FederlegnoArredo Eventi. L'edizione 2017 del Salone, che quest'anno si tiene in contemporanea con Euroluce, presenta un nuovo format del settore classico e due eventi, visioni inedite del design contemporaneo e dello spazio lavoro, in aggiunta alle cinque manifestazioni ospitate nei padiglioni di Fiera Milano a Rho. Messe assieme, le cinque sigle del sistema (Salone Internazionale del Mobile, Salone Internazionale del Complemento d'Arredo, Euroluce, Workplace3.0 e SaloneSatellite) occupano più di duecentomila metri di superficie per oltre duemila espositori, di cui poco meno di un quarto sono aziende del settore illuminazione presenti a Euroluce. Milano intanto si prepara all'invasione pacifica di buyer e visitatori internazionali,

con oltre 300mila presenze previste, per la sua Design Week, sicuramente l'appuntamento più importante dell'anno per la città, mentre il settore vive un momento economico forte concentrazione dei player, tra l'espansione dei gruppi industriali del mobile e le acquisizioni operate da fondi e società finanziarie. Nel 2016, secondo i dati di FederlegnoArredo, il settore ha superato quota 20 miliardi di euro di fatturato alla produzione, con una crescita del 2,3% rispetto al 2015. "Si tratta – spiega a *Pambianco Design* il presidente Orsini – di un settore trainato soprattutto da aziende medie e grandi, con il 90% del fatturato fatto da società di capitali, circondate da tante piccole realtà artigiane che ruotano intorno ad esse. Chi è riuscito ad affrontare la crisi, ha consolidato la propria posizione sul mercato e oggi sta guidando una transizione del settore per renderlo più solido e più competitivo".

### Qual è lo stato di salute del sistema?

In questi anni, molte aziende del settore sono riuscite ad affrontare la crisi soprattutto grazie ad una crescita delle vendite all'estero, in particolare in alcune aree emergenti. Nel 2015 abbiamo raggiunto il livello pre-crisi in molti Paesi. Durante lo scorso anno l'export ha continuato a crescere anche se ad un ritmo minore, ma al tempo stesso abbiamo consolidato le vendite sul mercato interno, tornato finalmente in crescita dopo tanti anni di sofferenza.

### A livello internazionale, qual è il grado di competitività delle imprese e dove riescono a primeggiare?

I mercati esteri negli ultimi 5 anni hanno rappresentato per tanti un'ancora di salvezza o una nuova opportunità di crescita. Nel 2016 più del 50% del fatturato alla produzione del settore è stato generato da vendite oltre confine, per un valore complessivo di 10,3 miliardi di euro, ottenendo risultati molto buoni



Sopra, immagine esterna dell'ingresso principale del Salone del Mobile a Shanghai, prima edizione 2016

In apertura, percorso visivo e sensoriale DeLightFul dal Salone del Mobile.Milano

soprattutto in Francia, primo mercato di destinazione del settore, e poi Stati Uniti, Cina e Spagna. Su questi risultati ha certamente un peso determinante il Salone del Mobile di Milano, luogo per eccellenza per favorire i contatti e il business con i migliori operatori internazionali.

### Dopo il successo del Salone di Shanghai, c'è la volontà di avviare iniziative in altri mercati?

Il Salone del Mobile di Milano a Shanghai è stato un successo davvero straordinario, che dimostra quanto possa essere recettivo il mercato cinese rispetto al nostro prodotto. L'obiettivo di quest'anno sarà consolidare questa partenza e magari allargare la presenza delle nostre imprese all'evento fieristico. Stiamo inoltre seguendo con grande attenzione il mercato statunitense, uno dei più recettivi in questo momento, e lì proseguiamo nel lavoro fatto in questi anni in particolare sviluppando le relazioni con il mondo della progettazione e del contract attorno ai centri decisionali più importanti.

**In Russia, data la difficile situazione, siete ancora convinti di sostenere la partecipazione italiana a Crocus?**

Assolutamente sì. Abbiamo fatto la scelta di presidiare questo mercato con un evento fieristico nonostante la situazione di difficoltà, e abbiamo fatto bene. Gli operatori russi hanno apprezzato molto la nostra fedeltà e continuano a considerarci gli interlocutori privilegiati per i loro lavori. Dal mercato russo si iniziano a vedere segnali di miglioramento, e ci auguriamo che l'edizione di quest'anno (11-14 ottobre 2017) possa rappresentare una svolta positiva per tornare a crescere. Certamente, se togliessero le sanzioni al Paese il nostro lavoro sarebbe più semplice.

**Dopo solo un mese dalla sua nomina, la sua presidenza ha ridefinito la governance di FederlegnoArredo Eventi costituendo due diverse business unit, una dedicata ai servizi e una per il Salone. Qual è il passo che state facendo?**

Vogliamo consolidare il lavoro fatto in questi anni favorendo un maggiore coinvolgimento degli imprenditori nelle scelte strategiche del gruppo. Per noi questo è solo un vantaggio, perché abbiamo molto da offrire alle imprese e pertanto sto spingendo a fondo per una maggiore trasparenza. La scelta di creare due business unit va in tale direzione. Del resto sono sempre stato convinto che un'organizzazione così complessa come FederlegnoArredo Eventi possa funzionare grazie a una governance più orizzontale, favorendo la delega delle decisioni, ovviamente dentro una prospettiva che è sempre unitaria e di gruppo.

**Quali sono gli obiettivi prioritari per la sua presidenza per i prossimi mesi?**

Per prima cosa, il rapporto con il territorio: è fondamentale ascoltare le aziende, coglierne le esigenze per poi farle diventare servizi. In tal senso, a marzo ho avviato in Sicilia un roadshow per l'Italia che mi porterà in tutti i distretti più importanti con l'obiettivo prioritario di ascoltare e dialogare con le aziende. Poi certamente la politica industriale:



Emanuele Orsini, presidente di FederlegnoArredo Eventi

in questi ultimi anni, grazie al grande lavoro fatto dal presidente Snaidero, abbiamo creato ottime relazioni con la politica italiana ed europea, raggiungendo risultati importanti come le detrazioni fiscali o misure di semplificazione normativa, che rendono più semplice per le nostre imprese potersi proporre sul mercato. Dobbiamo proseguire in questa direzione perché di opportunità in Italia ce ne sono tante, e a volte basta semplificare le procedure per sbloccare tante risorse. Certamente il progetto di Industria 4.0 ci vedrà senz'altro protagonisti. Da ultimo, mi spenderò in prima persona perché si possa sviluppare il rapporto tra mondo delle imprese e mondo scientifico. Il nostro punto di forza è la capacità di innovare e per questo è fondamentale creare link virtuosi con università e centri di ricerca, per generare valore.



**CYBORG**  
DESIGN KARIM RASHID

FOOD IS ART.



R E S P E C T I T .

Superior food  
preservation.  
Professional cooking  
performance.  
Craftsmanship and  
technology  
without equal.



[subzero-wolf.com](http://subzero-wolf.com)

FRIGO 2000 - HIGH PERFORMANCE KITCHEN  
Distributore Esclusivo per l'Italia



# Il futuro della luce è 'HUMAN CENTRIC'

di Paola Cassola

*LED, OLED E SISTEMI INTELLIGENTI SONO IL DOMANI DELL'ILLUMINAZIONE. VERSO UNA QUARTA DIMENSIONE DEL DESIGN IN EQUILIBRIO TRA FUNZIONALITÀ ED EMOZIONALITÀ CHE POTREBBE ARRIVARE A VALERE 3,3 MILIARDI NEL 2020.*

Il passaggio alle nuove forme di illuminazione 'intelligente' è ancora molto al di sotto del suo potenziale, ma permette comunque già notevoli risparmi e registra elevati tassi di crescita. Secondo un report del **Politecnico di Milano**, in Italia l'illuminazione 'smart' potrebbe rappresentare un mercato potenziale complessivo, al 2020, di oltre 3,3 miliardi di euro, ipotizzando uno scenario in cui le fonti luminose siano costituite al 100% da led in tutti i settori, mentre le soluzioni smart si attestino al 10% per le abitazioni residenziali, il terziario commerciale e la pubblica illuminazione, al 5% per l'industriale e al 15% per gli uffici, contro gli 1,6 miliardi di euro del mercato atteso (+106% rispetto al 2015). Anche solo considerando la diffusione dell'**efficient smart lighting** effettivamente attesa per il 2020, l'**Energy&Strategy Group** calcola "un risparmio energetico totale pari a 10,8 TWh/anno nel 2020, un traguardo importante, che rappresenta il 5% del consumo elettrico totale al 2015 e quindi contribuirebbe per il 26% al raggiungimento degli obiettivi di efficientamento energetico che l'Italia si è posta con il Pacchetto 20-20-20". Per efficient smart lighting si intende la somma di due componenti:



**Mesh**

Francisco Gomez Paz  
2015



**EuroLuce**  
**Hall 13**  
**Stand B19-C18**  
**4-9.04.2017**

**FuoriSalone**  
**Luceplan Store**  
**C.so Monforte, 7**  
**Milano**

Luceplan. Made in Light  
[www.luceplan.com](http://www.luceplan.com)

un'illuminazione efficiente che attraverso l'impiego dei led garantisca un minor consumo di energia a parità di prestazioni; e un'illuminazione 'smart' che, grazie a soluzioni hardware e software, monitori e controlli l'impiego delle sorgenti luminose, massimizzandone l'efficacia, oltre che l'efficienza energetica.

Complessivamente ci si attende che nel 2020 il mercato delle sorgenti luminose led si attesti in Italia su valori intorno agli 1,5 miliardi di euro (900 milioni nel 2015). A questi numeri andrà a sommarsi un mercato delle soluzioni smart che è previsto si attesti sui 195 milioni (140 milioni nel 2015).

A spartirsi questo mercato vi sono filiere industriali molto articolate e diversificate: a quella tradizionale dell'illuminotecnica si affiancano le Energy Service Companies.

#### HUMAN CENTRIC LIGHTING

L'Hcl, ovvero l'illuminazione al servizio dell'individuo che pone l'uomo al centro del progetto d'illuminazione, sta assumendo un ruolo sempre più importante nella società e nella quotidianità, e l'illuminotecnica diventa uno strumento per il suo benessere, non solo biologico o percettivo, ma anche relativo alla controllabilità avanzata dell'ambiente.

Pioniere nell'individuare questa possibilità è stata **iGuzzini**. "Già trent'anni fa - ha dichiarato a *Pambianco Design* il vice presidente **Massimiliano Guzzini**, dallo scorso gennaio anche presidente di Assil (Associazione Italiana Produttori di Illuminazione) - abbiamo definito i tre filoni di sviluppo futuro della tecnologia dell'illuminazione e ci siamo aggiornati nelle 3 direzioni: conversione delle sorgenti luminose da tradizionali a led che utilizzano semiconduttori (Solid State Light) invece dell'incandescenza o dei vapori di sodio, introduzione della luce intelligente, ovvero adattiva, e human centric lighting".

Il 76% del fatturato totale dell'azienda, che



In questa pagina, due proposte di illuminazione firmate Disano

# MERIDIANI

## SCENE 7 - INT. EDINBURGH HOUSE - TEA TIME

Agathe just got back and is sitting at the table. She looks around and is pleased to discover that the intimate elegance of her home mirrors her inner world.





Da sinistra, lampada per Grow Lighting e illuminazione Dynamic White di Linea Light Group

vale oggi 231,5 milioni di euro, deriva proprio dal led. “Tutto ebbe inizio con la ricerca sperimentale Sidra sulla luce biodinamica - ha proseguito Guzzini -, grazie alla quale abbiamo scoperto come la luce influenzi la nostra biologia in relazione alla produzione di melatonina sollecitata dalla ricezione della luce solare da parte dei recettori presenti nella retina. Da lì partì il tentativo di riprodurre una luce artificiale il più simile possibile a quella naturale e i relativi spin-off della dimmerizzazione (regolazione dell'intensità della luce) e del controllo della temperatura colore. Fino al concetto di connettività tra illuminazione e ambiente tramite device tecnologici, ovvero la domotica. Una strada che continuerà a produrre innovazione in futuro”.

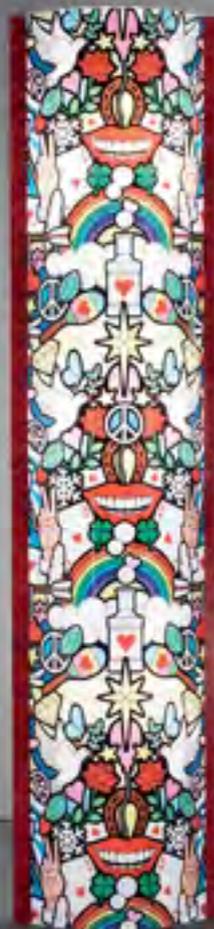
#### TRA LED E IOT

Duplici il filone innovativo, da un lato **Led** e **Oled** puntano a creare la simbiosi perfetta

tra luce e spazio costruito, dando origine a quella che viene definita ‘luce architettuale’ interessata a come colore, intensità e diffusione influiscano sul benessere e l'efficienza delle persone; dall'altro i **sistemi di illuminazione intelligenti** permettono di connettere la luce ai sistemi domotici e di automazione per renderla ‘responsive’ e capace di adattarsi ai nostri stati d'animo e alle circostanze.

#### CONTROLLARE INTENSITÀ E COLORE

Un'illuminazione di qualità tutela la salute, favorisce la concentrazione e il benessere anche psicologico e, in definitiva, aumenta la qualità della vita. Per raggiungere questo obiettivo vanno considerati diversi fattori, come l'**intensità**, che deve essere adeguata alle necessità visive; il **colore**, che influisce anche sul lato emozionale; l'**armonizzazione** della luce artificiale con il ciclo della luce naturale. Su tutti questi fattori i produttori di sorgenti luminose e apparecchi di illuminazione



THE LIGHTNING ARCHIVES OF STUDIO JOB

[www.slamp.it](http://www.slamp.it)

**SLAMP**  
THE LEADING LIGHT

presentano innovazioni importanti. Tra le più attuali c'è sicuramente la tematica del colore. I nuovi apparecchi hanno allargato la gamma delle **temperature di colore** (per avere luce più "calda" o più "fredda") ed è aumentata la resa del colore, ossia la capacità di riprodurre con fedeltà il colore dell'oggetto illuminato. Vanno poi considerati anche altri fattori importanti come la stabilità della luce, che si ottiene limitando al massimo lo sfarfallio (**flicker**), un fattore di disturbo che può essere fastidioso e addirittura dannoso per la salute. Altro fenomeno da tenere sotto controllo è l'abbagliamento, da limitare al massimo specialmente in relazione alla presenza degli schermi dei computer. "Disano ha aggiornato la sua produzione per rispondere a queste nuove esigenze in tutte le principali applicazioni, dall'illuminazione urbana, al retail, al mondo del lavoro (industria e uffici) – ha affermato **Fabio Ugazio**, responsabile marketing di Disano -. Tra i prodotti di maggiore successo ci sono i **Led Panel**, apparecchi ultrapiatti da inserire a plafone, pensati per una perfetta distribuzione della luce. Un sistema per ottenere il giusto equilibrio tra illuminazione diretta e indiretta e il corretto rapporto con la luce naturale. Il risultato è una luce che si adatta alle esigenze di chi lavora, con una maggiore sensazione di comfort e meno affaticamento a fine giornata. Anche la linea **Comfort** e **Minicomfort led** è studiata per il benessere visivo di chi lavora a video con ottiche dark light che evitano riflessi e abbagliamenti sugli schermi. Il livello di abbagliamento misurato con la scala Ugr (Unified Glare Rate) è <19, che corrisponde al parametro previsto dalla normativa per la tutela della salute sul posto di lavoro. Inoltre gli apparecchi hanno il marchio 'low optical Flicker' che indica un basso livello di sfarfallio e sono esenti da rischio fotobiologico".

#### QUANDO DIMMERIZZARE È SMART

Lo **smart lighting**, nello specifico, si interroga sulla possibilità, partendo dalle tecnologie per la gestione e il controllo dell'illuminazione a led (sensori, gateway, app), di 'dimmerare' (regolare elettronicamente) l'intensità



Lampada Mongolfier di Linea Light Group

luminosa negli ambienti grazie a placche, interruttori, smartphone o tablet. Esperta del tema è **Linea Light Group** che ha introdotto di recente la tecnologia **Warm Tune**, "un sistema frutto dello Smooth Dimming - ha spiegato il responsabile marketing **Andrea Zugno** - che permette di regolare la temperatura del colore con un array led nel quale sono installati diodi che spaziano dai 3.000K ai 1.800K, riducendo l'intensità della luce, simulando quella molto calda e accogliente che si poteva ottenere con le vecchie lampade a incandescenza. Inoltre, Warm Tune, per la sua elevata resa cromatica CRI95 o addirittura CRI98 (CRI100 corrisponde alla resa cromatica della luce solare, ndr) garantisce una corretta e costante percezione del colore, anche alla

# arper



Salone Internazionale  
del Mobile  
Milano, Italy  
4th-9th April 2017

Pavilion 16  
Stand C29 D30

Workplace 3.0  
Pavilion 22  
Stand D20 D24

Arper Showroom  
Via Pantano 30  
Milano, Italy  
T +39 02 89093865

Arper SPA  
Via Lombardia 16  
31050 Monastier  
di Treviso (TV), Italy  
T +39 0422 7918

Catifa Collections  
Design by  
Lievore Altherr Molina

info@arper.com  
www.arper.com

dimmerizzazione minima (fino al 5% della potenza). In passato questa tecnologia si applicava solo a prodotti tecnici, ora il suo uso si è esteso, anche per rispondere al desiderio di personalizzazione. Il semplice bianco può ora essere reso in diverse sfumature con il **Dynamic White** che permette di variarne la temperatura colore dai bianchi freddi ai bianchi caldi. La tecnologia **'Grow Lighting'**, infine, favorisce la creazione del contesto luminoso ideale per la crescita di verde (piante o orti) in ambienti interni privi di luce naturale”.

#### DOMOTICA DELLA LUCE

L'obiettivo di tutte queste tecnologie è ricreare, con un sistema di luce artificiale, una illuminazione il più vicino possibile a quella solare. Ottenuta la quale si prosegue con lo step successivo: la **domotica della luce**, ovvero la sua gestione in modalità wireless e da remoto tramite partnership con realtà specializzate come **BTicino** che forniscono applicazioni in grado di integrare i diversi sistemi tecnologici della casa. Nel caso dell'illuminazione, grazie a sensori che rilevano luminosità e presenza di persone nell'ambiente, essa si intensifica o decresce mantenendone intensità e colore a livelli ottimali, ovvero il più simile possibile a quelli diurni.

A Euro luce, Linea Light Group metterà in scena un ambiente domotizzato che vedrà protagonista il prodotto Mongolfier. “Supportati da lampade a forma di anello - ha concluso Zugno - mostreremo come dal **rapporto tra luce e ombra** sia possibile produrre effetti di interior design. Siamo arrivati a risolvere il problema della molteplicità di ombre contemporanee causate dal led, in quanto sorgente puntiforme, giungendo alla creazione di una **luce 'spot'** omogenea che come la luce diurna produce un'unica ombra. Non è un approccio meramente concettuale, trasmette davvero una percezione più confortevole e realistica del contesto”.



Light experience by iGuzzini

#### I SEGMENTI PIÙ INNOVATIVI

Secondo il report del Politecnico sono il terziario e il residenziale gli ambiti più avanzati nell'uso dell'efficient smart lighting, “al contrario il segmento industriale rappresenta una sorta di buco nero - ha affermato **Vittorio Chiesa**, direttore dell'Energy&Strategy Group -. Nell'illuminazione pubblica troviamo invece più led che nella media ma meno soluzioni smart, in controtendenza rispetto al crescente dibattito circa lo sviluppo delle smart cities”. Anche se pare ci sia un crescente interesse da parte dell'industria, dove sta emergendo la figura dell'**energy manager** in grado di valutare correttamente l'importanza di aggiornare i sistemi di illuminazione, sta di fatto che ad oggi la bassa sensibilità verso questi temi rischia di far perdere 1,7 miliardi di euro potenziali al mercato.





# antoniolupi

Showroom

MILANO\_Porta Tenaglia

scarica la app su iTunes e Google Play 



# Parola d'ordine, SMARTWORKING

di *Giulia Sciola*

*LA FLESSIBILITÀ DI TEMPI E METODI DI LAVORO IMPONE IL CAMBIAMENTO DEL DESIGN PER UFFICIO. A SOSTENERLO SONO PLAYER E ASSOCIAZIONI DI SETTORE. AL CENTRO, IL MUTATO RAPPORTO TRA SPAZIO INDIVIDUALE E SPAZIO COLLETTIVO.*

In principio era il telelavoro, ovvero un modo di lavorare svincolato dalla localizzazione in uno spazio preciso. Oggi il termine di riferimento è smartworking, un approccio aziendale che permette al lavoratore e all'ufficio in cui svolge la sua attività di conciliare al meglio incarichi professionali e vita privata, in un'ottica di flessibilità e di incremento della produttività. Secondo l'**Osservatorio Smartworking** del **Politecnico di Milano**, nel 2016, i lavoratori 'smart' hanno raggiunto quota 250mila in Italia e rappresentano il 7% degli impiegati nel Paese. Stando alle ricerche, in circa il 50% dei casi gli accorgimenti per una maggiore flessibilità hanno portato a una crescita dei profitti e della corporate reputation. Centrale, in questa evoluzione, il nuovo modo di progettare gli spazi aziendali, con tecnologia e internet of things che permeano il design per ufficio. "Se cambia il modo di lavorare - ha spiegato a *Pambianco Design* **Giuliano Mosconi**, presidente e CEO di **Tecno** - deve poter cambiare l'ambiente di lavoro, dalla divisione delle aree all'orientamento delle pareti, alla progettazione delle sedute. Se cambia il rapporto tra lo spazio individuale e lo spazio collettivo servono prodotti



**Sansibar** - Düsseldorf - project by Dittel Architekten  
**taormina wood** - design by Alfredo Häberli

***Alias***  
alias.design

che consentano questa riconfigurazione”. L’azienda di arredamento nata nel 1953, che dallo scorso febbraio ha inoltre rilevato la maggioranza di **Zanotta**, è tra i pionieri dell’estensione delle potenzialità di internet ai mobili per ufficio, ben esemplificata da **io.T** (Intelligence of Tecno), un sistema di arredi connessi ed integrabili a sistemi informativi. Tra le funzioni principali di io.T, il cui scopo è quello di “migliorare il benessere dell’utente finale trasformandolo in una persona riconosciuta dall’oggetto”, ci sono la connettività e la gestione dei dati, ma anche la personalizzazione dell’illuminazione e della climatizzazione (il sistema è in grado di mappare una stanza e fornire un’illuminazione ambientale e una temperatura ottimizzate). “Dare un’intelligenza alle cose - ha continuato Mosconi - vuol dire puntare alla memorizzazione delle gestualità e delle esigenze delle persone da parte degli oggetti. Questi sistemi hanno senso a maggior ragione sui grandi numeri del contract”. All’integrazione digitale, Tecno ha affiancato **Clavis**, scrivania che tramite un morsetto universale può essere configurata con accessori diversi: a disegnare il piano di lavoro sono infatti alcuni schermi (che offrono diversi livelli di privacy), mentre mensole, cassette e bracci porta monitor contribuiscono a personalizzare il tavolo.

#### SPAZI FUNZIONALI SECONDO MICROSOFT

Tecno è oggi partner per la fornitura di arredi del **Technology Center** della nuova **Microsoft House** di Milano, inaugurata all’inizio del 2017. Qui il progetto degli interni, firmato dallo studio di architettura **Degw**, risponde al ‘new world of work’ proposto da **Microsoft Italia**, che prevede una maggiore flessibilità dei dipendenti in chiave smartworking, anche grazie alla condivisione di spazi funzionali e al potenziamento delle tecnologie che facilitano la collaborazione. “Più le persone sono in grado di organizzare autonomamente spazi e tempi di lavoro



Un’area della nuova Microsoft House di Milano

Sopra, il tavolo Clavis di Tecno

In apertura, applicazioni di io.T



Aree della nuova Microsoft House di Milano

- ha raccontato a *Pambianco Design* **Pino Mercuri**, direttore delle risorse umane di Microsoft Italia - maggiore è la loro produttività. Se si guarda a un'intera giornata ci si rende conto di come le attività siano diverse e frammentate, con spazi di lavoro e spazi personali sempre più fluidi. Per questo gran parte delle aree della Microsoft House segue una logica abitativa”.

L'edificio, con 832 vetrate che aprono gli uffici alla città e permettono di sfruttare appieno la luce naturale, si sviluppa su sei piani fuori terra. Dal secondo al quinto, i piani sono riservati ai dipendenti e collaboratori dell'azienda e seguono un'organizzazione libera. Le aree di lavoro open space non prevedono alcuna postazione dedicata, ogni persona si muove negli spazi a seconda delle necessità (Smart Platform, Creative Garden e Atelier: la struttura conta aree più collaborative e aree più riservate per creare uno spazio di lavoro senza monotonia, che stimola la creatività). “La nuova sede di Milano - ha concluso Mercuri - è un vero e proprio acceleratore di cambiamento. Gli stessi lavoratori hanno proposto alcune delle soluzioni adottate dal gruppo”.

#### I DATI DEL SISTEMA UFFICIO

Se il futuro dell'arredo degli spazi operativi va in direzione della domotica e della flessibilità spaziale e oraria, i dati congiunturali relativi al 2016 registrano, per il sistema ufficio, una crescita del 5% del fatturato alla produzione, che si attesta a circa 1,2 miliardi di euro. A renderlo noto è il centro studi di **Federlegnoarredo**, precisando come l'incremento sia da ricondurre prevalentemente al mercato italiano, mentre le esportazioni “segnano un calo, dopo un 2015 in forte espansione”. Come spiegato a *Pambianco Design* da **Marco Predari**, presidente di **Assufficio**, “a subire una flessione sono stati gli Emirati e l'Arabia Saudita, mentre Stati Uniti, Regno Unito e Francia hanno invece registrato una progressione”. Le esportazioni assorbono oggi il 45% della produzione italiana. “Lo sviluppo del fatturato, sia in Italia che all'estero, è avvenuto - ha sottolineato Predari - attraverso il contract prevalentemente appannaggio delle aziende più grandi e strutturate”. In questi contesti lo smartworking è, secondo Assufficio, una tendenza sempre più consolidata, con ambiti

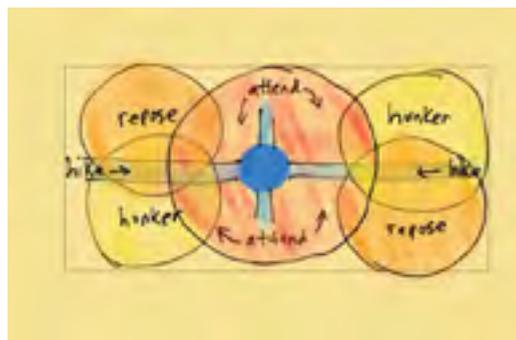


A fianco e sotto, rendering e bozzetti del progetto A joyful sense at work

come l'acustica, l'illuminazione, le soluzioni per la divisione degli ambienti e per la creazione di spazi aggregativi in costante evoluzione.

### NUOVE FRONTIERE PER WORKPLACE 3.0

Al **Salone del Mobile 2017**, nella nuova edizione di **Workplace 3.0**, l'associazione presenterà, insieme all'architetto **Cristiana Cutrona**, il progetto-installazione **A joyful sense at work - Il Senso felice del lavoro**: il nuovo workplace, si legge nella nota ufficiale di presentazione, sarà un "organismo evolutivo", capace di adattarsi alle necessità e all'uso che ne vorrà fare il singolo individuo. "Il vecchio modello organizzativo activity based - ha raccontato Cutrona - che ha orientato il corrispondente modello spaziale dell'ufficio ibrido, in cui l'individuo ha a disposizione un menù predefinito di spazi che gli consente di scegliere dove svolgere la propria mansione, non è più adeguato, perché non tiene conto del cambiamento della nostra relazione con lo spazio". Secondo l'architetto l'edificio deve liberarsi da maglie e griglie, dalla scansione tra corridoio e aree operative, tra spazi chiusi e spazi aperti. Allo stesso modo anche i prodotti per ufficio devono tornare ad essere forme essenziali e archetipe. L'installazione è una rappresentazione astratta



del nuovo modello spaziale di Workplace. Quattro elementi chiusi accolgono i progetti di quattro studi di architettura internazionali. Le proposte di **5+1AA** e di **Ahmadi Studio** mettono in scena uno spazio ufficio che cambia nei diversi momenti della giornata in relazione all'utilizzo, mentre la proposta di **Studio O+A** punta l'accento sulla condizione creativa come motore di innovazione. **UNStudio** racconta infine come applicare la tecnologia per mitigare lo stress e aprire una finestra su nuovi percorsi di welfare aziendale.

Alberto Lievore

ZEBRA

**fast**  
outdoor lifestyle



fastinfo@fastspa.com  
www.fastspa.com

**K-IN / K-OUT**  
INDOOR / OUTDOOR KITCHEN  
design Massimo Castagna

**Fuorisalone 4-9 April 2017**  
MILAN SHOWROOM  
Special opening until 9:00 PM



**Milan**  
Via Turati

**London**  
Duke St. Mayfair

**Moscow**  
Komsomolskiy

**San Marino**  
Atlante Mall

[www.rossana.it](http://www.rossana.it)  
[info@rossana.it](mailto:info@rossana.it)



ROSSANA



# La nostra è la fabbrica delle idee LUMINOSE

di *Monica Montemartini*

*ERNESTO GISMONDI E CARLOTTA DE BEVILACQUA, LE ANIME DI ARTEMIDE, TRATTEGGIANO LE NUOVE FRONTIERE DEL LIGHTING DESIGN E RACCONTANO I RETROSCENA DEGLI OGGETTI DI CULTO CHE HANNO SCRITTO LA STORIA DELLA LORO AZIENDA E DELLA LUCE. E PROMETTONO: NEL FUTURO FAREMO LAMPADE CAPACI DI ACCENDERE LE EMOZIONI.*

**E**rnesto Gismondi e Carlotta de Bevilacqua, ingegnere e architetto, sono rispettivamente fondatore e presidente e vicepresidente di quella straordinaria avventura della luce che è Artemide, nata nel 1960 a Pregnana Milanese come fabbrica di lampade. Amabile e brillante lui, travolgente e instancabile lei, legati nella vita come nel lavoro, sorridono dell'attestato di stima con cui Charles Eames, celeberrimo designer americano, apostrofava la moglie: "Ogni cosa che faccio, Ray la può fare meglio". L'ingegnere, che è anche designer, ribatte: "Ognuno nel suo mondo deve dare il massimo. Senza mai dimenticare, però, che a un buon imprenditore, oltre all'efficienza, serve anche la capacità di sognare".

Il migliore progetto? "Si chiama Carolina, nostra figlia", prosegue Gismondi. "Ma se penso a un prodotto, mi viene in mente Tizio, la lampada di Richard Sapper. Ogni volta che



lo guardo, dico che mi sarebbe piaciuto disegnare un pezzo simile. Anche perché è uno dei tanti oggetti che sono entrati nei musei e nella storia del design e sono felice di poter dire che, insieme a Carlotta, sono stato uno degli artefici del processo produttivo che sta alla base di queste creazioni”.

Negli anni Novanta, con il manifesto “*The Human Light*”, Artemide rivoluziona il modo di concepire e sviluppare i propri prodotti, mettendo la luce più al servizio dell’uomo. Questo nuovo approccio determinerà una crescita netta dell’azienda a livello internazionale, che nel 2016 ha registrato un fatturato di 125 milioni di euro e che oggi opera attraverso 24 società controllate e una rete distributiva con 55 showroom monomarca nelle più importanti città del mondo. Un percorso sempre in salita dove, soprattutto negli ultimi anni, sono i numerosi brevetti di invenzione che accompagnano lo sviluppo dei prodotti e i riconoscimenti internazionali che testimoniano la tensione progettuale di Artemide verso il futuro.

“Con Ernesto condividiamo da sempre il desiderio di esplorare nuovi orizzonti e, in questo senso, gli anni che hanno visto la nascita Artemide sono stati un periodo davvero rivoluzionario”, aggiunge Carlotta de Bevilacqua, lei stessa autrice di svariati pezzi tuttora in catalogo accanto a quelli di designer come Michele De Lucchi, Achille Castiglioni, Giancarlo Mattioli, Enzo Mari, Giancarlo Fascina e lo stesso Gismondi, solo per citarne alcuni. “In particolare mi viene in mente Eclisse di Vico Magistretti, il primo vero progetto interattivo sulla luce. È stata disegnata nel 1965 ed è entrata



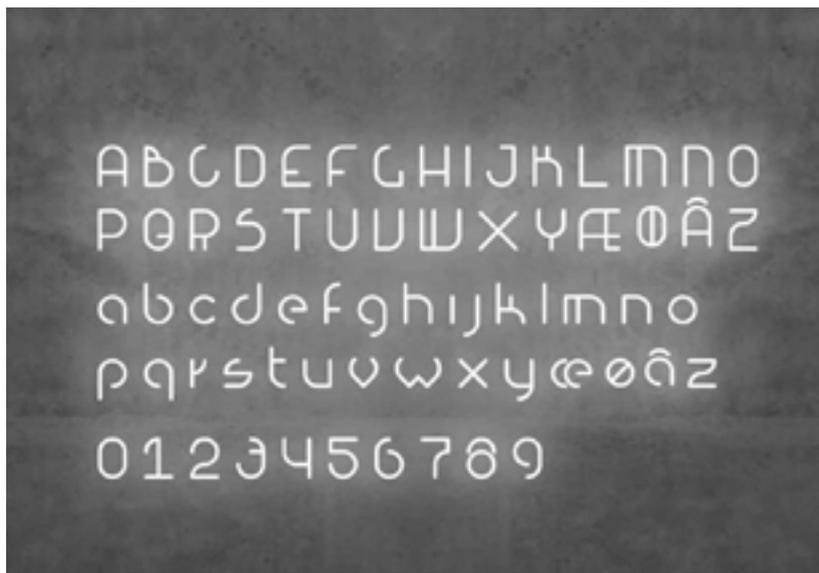
Dall’alto, Yanzi. Famiglia di lampade a sospensione, da tavolo e da terra disegnate dallo studio cinese Ner&Hu

Ameluna. Sospensione progettata da Mercedes-Benz Style e Artemide. Si controlla tramite App

In apertura, ritratto di Ernesto Gismondi e Carlotta de Bevilacqua, rispettivamente presidente e vicepresidente di Artemide. Foto di Pierpaolo Ferrari

in produzione nel '67, vincendo subito il Compasso d'oro. La regolavi, la aprivi, la chiudevvi. Era una lampada democratica, pensata per tutti, bambini e adulti. Ormai ha più di cinquant'anni, ma sembra nata ieri”.

Con cinque unità produttive dislocate in Italia, Francia, Ungheria e Canada, una vetreria a Venezia e una struttura di ricerca e sviluppo supportata da laboratori di prototipazione e test all'avanguardia, il Gruppo impiega attualmente 753 dipendenti di cui 61 in attività di Ricerca e Sviluppo: “Viviamo in un periodo storico di grandi cambiamenti economici, sociali e tecnologici: è il momento di tornare a sperimentare per indagare le nuove forme di interazione fra uomo, spazio e luce”, sottolinea de Bevilacqua. “La vera novità sta nell'enorme accelerazione della ricerca, per cui oggi il tempo di transfer tecnologico - cioè quello che passa tra la ricerca e l'applicazione - è sempre più ridotto. Noi, in Artemide, siamo già preparati perché al nostro interno abbiamo creato una competenza sempre in evoluzione, un sapere che è in rete con il mondo”. Da questo approccio interdisciplinare e fortemente contemporaneo, sono nate nuove storie di luce: ultime, in ordine di



Alphabet of Light, firmato dallo studio BIG

tempo, le collaborazioni con Mercedes-Benz Style, lo studio di architettura Big, Tapio Rosenius, Michele de Lucchi, Herzog & De Meuron, i cinesi Neri&Hu, Foster+Partner e Paolo Rizzato. Che riconfermano la continua tensione di Artemide verso un design bello, emozionale e oggi sempre più sostenibile e responsabile nei confronti dell'uomo e dell'ambiente.

## LA PASSIONE PER LA SPERIMENTAZIONE



La sospensione Harry H. (foto a sinistra) disegnata da Carlotta de Bevilacqua è un nuovo cambio di paradigma nella progettazione della luce: una macchina ottica ibrida. “L’idea è quella di creare un sistema aperto che rompe gli schemi tradizionali, un sistema che affianca LED e OLED valorizzando i pregi di entrambi”. È un’interpretazione della tecnologia più avanzata che si affianca alla tradizione del vetro soffiato artigianalmente continuando il percorso intrapreso da Artemide con Empatia, Incalmo, Invero. Il risultato? Davvero eccezionale: “umanesimo e scienza racchiusi in una lampada.” All’interno della geometria morbida di un diffusore realizzato in vetro di Murano soffiato si sviluppano due macchine ottiche distinte che collaborano per ottenere una qualità di luce capace di assecondare diversi scenari e garantire ottimi risultati. La parte inferiore è costituita da 4 coppie di pannelli OLED orientabili che emettono su entrambi i lati e generano una coincidenza tra sorgente e riflettore. La loro inclinazione fa sì che la luce emessa sia controllata dalla geometria che i pannelli stessi vanno a costruire e riflessa, al loro interno, in una sorta di riflettore-mixing chamber così da ottimizzare la performance concentrando l’emissione. Il tocco che la rende anche magica? Da spenti i pannelli sono una superficie specchiata che riflette l’ambiente e la luce emessa dalla sorgente led superiore.

# BEST-OF

Chair\_One

MAGIS

[www.magisdesign.com](http://www.magisdesign.com)

Déjà-vu

Cyborg

Officina



UNA RICERCA PAMBIANCO RIVELA CHE IL FATTURATO 2016 DEI PRIMI 5 NEGOZI DI DESIGN HA SEGNA TO UN INCREMENTO SUL 2015, REGISTRANDO UN +21% TOTALE.

# MULTIBRAND VERSO L'ESTERO

di Paola Cassola

**C**rescita. Questa è la parola chiave che ha connotato i fatturati dei principali negozi multimarca italiani dell'arredamento rispetto al 2015. Il settore, dunque, sembra tenere considerando la difficile congiuntura economica. Il fatturato totale del campione preso in esame, la top 5, è di 105 milioni di euro, in aumento rispetto agli 87 milioni dello scorso anno.

Al vertice della classifica si posiziona **Interni Mobili & Design**, gruppo di Verano Brianza che oggi conta 11 showroom in Italia ha chiuso il 2016 con un fatturato di 35 milioni di euro, in crescita del 30% rispetto al 2015. "Dal 2002 - ha raccontato a *Pambianco Design* **Stefano Cazzaniga**, export manager di Interni - l'apertura ai mercati stranieri ci ha permesso di mantenere un trend di crescita anche negli anni della crisi, perché nuovi volumi di business si sono sommati alla domanda del mercato italiano. L'incidenza del mercato italiano è oggi pari al 45% mentre le vendite estere hanno una distribuzione omogenea in tutto il mondo, con Emirati Arabi e Far East tra le piazze più ricettive del prodotto italiano negli ultimi anni".

Secondo sul podio è **Salvioni Design Solutions** per il quale "il vantaggio competitivo dei retailer italiani su scala internazionale - afferma **Ercole Salvioni**, titolare di Salvioni - è offrire una proposta completa che si basi sul gusto italiano". L'azienda ha archiviato il 2016 con un giro d'affari di 23 milioni di euro contro i 21 dell'anno precedente, generati per il 42% dal mercato domestico

con circa 3.500 contratti in un anno. Terza posizione per **Ostilio Mobili** che cresce del 38% con ricavi pari a 17 milioni. Esercizio fiscale in crescita anche per **Mohd - Mollura Home Design**, che nel 2016 ha registrato un incremento di fatturato del 28%, toccando quota 16 milioni di euro e posizionandosi 4° in classifica. "L'Italia - ha dichiarato a *Pambianco Design* **Gianluca Mollura**, AD di Mohd - si conferma per noi mercato di riferimento. L'estero genera il 45% del fatturato, con l'Europa che incide per il 60%". Chiude la top 5 **Lazzarini** con 14 milioni di euro.

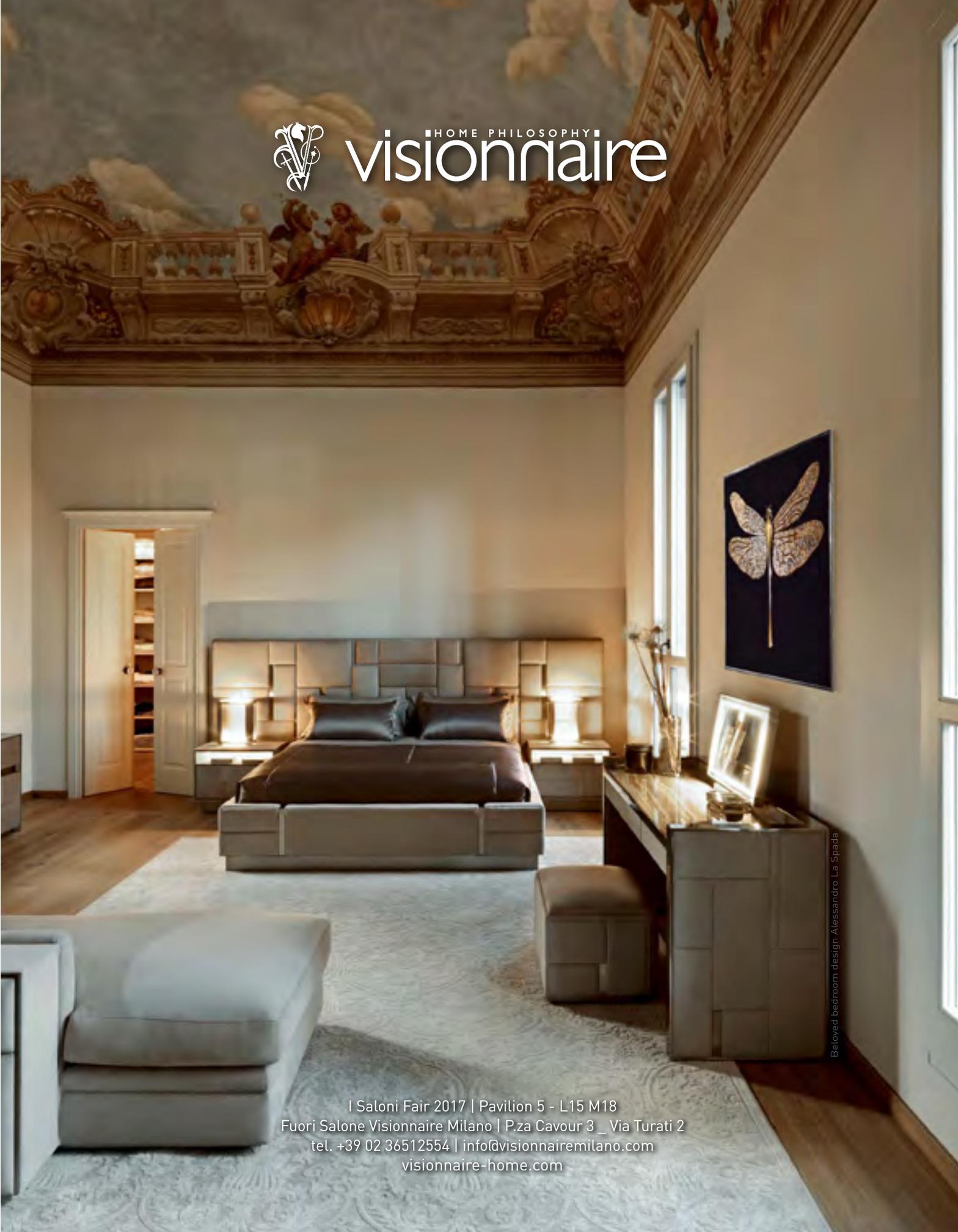
## TOP 5 MULTIBRAND PER FATTURATO 2016

Rank	Negozi	2016	2015	Δ %
1	INTERNI	35	27	30
2	SALVIONI	23	21	12
3	OSTILIO	17	12	38
4	MOLLURA	16	13	28
5	LAZZARINI	14	14	-4
	<b>TOTALE</b>	<b>105</b>	<b>87</b>	<b>21</b>

Valori in milioni di euro Fonte Pambianco Strategie di Impresa



HOME PHILOSOPHY  
visionnaire



Beloved bedroom design Alessandro La Spada

I Saloni Fair 2017 | Pavilion 5 - L15 M18  
Fuori Salone Visionnaire Milano | P.za Cavour 3 \_ Via Turati 2  
tel. +39 02 36512554 | info@visionnairemilano.com  
visionnaire-home.com



*FLOS CRESCE (208,4 MILIONI NEL 2016)  
ED ENTRA NELL'OUTDOOR, MA LA VERA  
TRASFORMAZIONE AVVERRÀ CON IL  
PASSAGGIO DAL CONCETTO DI LAMPADA  
A QUELLO DI CHIP CHE EMETTE LUCE.  
"IL NOSTRO È UN SETTORE NUOVO  
PRESIDIATO DA AZIENDE MATURE, E NON  
BASTERÀ CREARE UNA START UP".*

## GANDINI: “Luce al bivio”

di *Andrea Guolo*

**P**iero Gandini ha giocato d'anticipo. Un mese prima di **Euroluce**, l'amministratore di Flos (208,4 milioni di ricavi nel 2016) ha presentato a Milano la prima collezione completa per esterni del gruppo controllato da **Investindustrial**, la cui produzione è stata affidata ad Ares, business unit acquisita due anni fa e punto di riferimento nella produzione di apparecchi di illuminazione architettonica per esterni. Con la luce outdoor, il gruppo italiano leader di settore completa l'universo dei prodotti e sistemi integrati d'illuminazione. “In quest'ambito – spiega Gandini a *Pambianco Design* – non mi pongo limiti economici. Credo che potremo ottenere risultati simili a quelli raccolti nell'architectural, dove eravamo partiti per ultimi, da 15 milioni di euro, ma nel quale, interpretando un prodotto tecnico in maniera creativa, ora siamo a 90 milioni”.

### **Con chi si dovrà misurare nell'outdoor?**

Si tratta di un mercato piuttosto piccolo, se escludiamo l'ambito prettamente stradale che non ci interessa, con meno player ma tutti abbastanza omogenei in quanto caratterizzati da un atteggiamento fanaticamente ingegneristico, assolutamente comprensibile in termini di garanzie offerte al cliente.



In questa pagina da sinistra, Clessidra, luce da outdoor disegnata da Antonio Citterio (foto di Tommaso Sartori) e Real Matter per il design di Piero Lissoni

In apertura, ritratto di Piero Gandini (foto di Bob Krieger) e Lighting in the rain, design di Philippe Starck

Da Flos, invece, il mondo si aspetta qualcosa in più. La perfezione del prodotto dev'essere un punto di partenza, non di arrivo. Dobbiamo essere innanzitutto innovativi.

### **Ares è l'azienda giusta per gestire questa parte di business?**

Con l'acquisizione ci siamo trovati in casa un 'gioiellino' dotato di laboratori interni, impianto di verniciatura all'avanguardia, autoproduzione di schede led. Ha qualità ingegneristica e capacità manifatturiera eccellente. I limiti, semmai, erano individuabili nella strategia commerciale, anche se l'azienda ha sempre continuato a fare i suoi prodotti e a generare utili.

### **Dopo Ares avete acquisito Lukas Lighting negli Usa e, a febbraio, KKDC France per il mondo contract francese. Come operano le aziende? Autonome o dipendenti da Flos?**

L'organizzazione di Flos è basata sull'efficacia verticale delle singole business units, perciò ogni azienda si muove secondo i propri obiettivi, sfruttando le sinergie di gruppo. Condividiamo il modello strategico, ma c'è autonomia gestionale per la massima efficacia sugli obiettivi specifici. L'eccessiva ricerca di efficienze gestionali, a mio parere, confonde obiettivi e la collocazione delle risorse e dei costi.

### **Cosa vi manca adesso?**

Siamo ben strutturati e la crescita dovrà essere innanzitutto interna. Non escludiamo qualche futura acquisizione in mercati specifici, nei quali è necessario disporre di piattaforme e di cultura locale. Abbiamo qualcosa in mente anche nell'allargamento della gamma prodotto. La vera sfida, tuttavia, consiste nella visione futura del settore illuminazione.

### **In che termini?**

Siamo passati da luce emessa da un tradizionale filamento, a luce prodotta da microchip. Gli apparecchi di illuminazione sono ovviamente collegati alla rete e questo apre molte prospettive: saranno il "Cavallo di Troia" della Internet of Things. L'illuminazione, con le ultime rivoluzioni tecnologiche, oggi è un settore nuovo, presidiato però da aziende mature e che parlano un vecchio linguaggio. E non credo che basti avviare delle start-up per rimediare, perché in questo caso parliamo di competenze specifiche totalmente nuove, una nuova cultura. Un po' come quando il colosso Ibm si limitava a produrre computer e nacque Microsoft per offrire software e servizi... sappiamo come andò a finire!



# FuoriSalone, Milano di nuovo HUB creativo

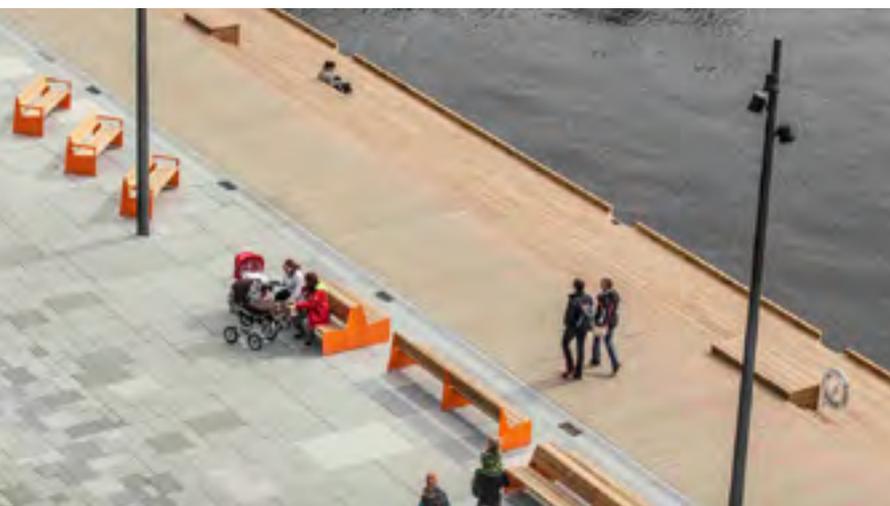
di *Costanza Rinaldi*

CON ALLE SPALLE  
UN'EDIZIONE RECORD  
CHE HA VISTO LA  
PARTECIPAZIONE DI  
320MILA PERSONE,  
TORNA LA DESIGN  
WEEK PER ECCELLENZA.  
OPENING, INSTALLAZIONI,  
CONFERENZE E  
PRESENTAZIONI  
FARANNO DI MILANO LA  
CAPITALE DEL DESIGN.

**T**orna il Salone del Mobile e con lui ormai il format più riuscito di sempre: il FuoriSalone. Nato spontaneamente negli anni '80 dalla volontà di alcune aziende dell'arredamento e del design industriale. Oggi, i confini sono molto più ampi e vengono coinvolti molti settori affini, tra cui automotive, arte, moda e food. Ma nel mare magnum della programmazione, può essere facile perdersi: ecco una breve guida firmata *Pambianco Design*.

Prima fermata, **Brera Design District**, lo storico distretto milanese, che si estende dalla nuova area di Porta Nuova-Gae Aulenti a via Broletto, da via Legnano fino a via Montenapoleone, per questa edizione sarà palcoscenico di progetti ed esposizioni su un unico tema ispirato al genio di Bruno Munari: **“Progettare è un gioco, giocare un progetto.”** Una riflessione su quanto il gioco possa essere motore di progettualità e quindi possa essere un aspetto importante del design dei servizi e della comunicazione. Da non perdere ovviamente anche la **Brera Design Night** (venerdì 7) con l'apertura prolungata degli showroom.

Tra i tanti eventi a calendario, **The Visit**, in via Palermo, un'esperienza unica da vivere all'interno di un appartamento dei primi dell'Ottocento caratterizzato dalla classica atmosfera milanese, creativa e sofisticata. All'interno, i maestri del passato dialogano con il design di ricerca d'oggi: arredi firmati da nomi come Gio Ponti rieditato da **Molteni&C**, Vittoriano Viganò con **Astep**, Jean Prouvè con **Vitra**, Angelo Mangiarotti con **Agape Casa** o Ettore Sottsass con **Bitossi**. Progetto di Arianna Lelli Mami e Chiara Di Pinto, Creative Director di Studiopepe con la collaborazione di Matteo Artemisi e Sonia Pravato.



In questa pagina, in alto, vista dello spazio espositivo di A letto con il DESIGN e sotto, Nordic life in urban spaces di Vitra

In apertura, Julien Renault e Kewlox per Belgium is Design

Da non perdere anche **Steelandia**, evento organizzato da **Cea**. Un elogio all'acciaio che viene esaltato in un'installazione dall'atmosfera magica. Come in un canneto, lo sguardo del visitatore è portato a vivere un percorso sensoriale che mostra tutte le qualità formali e tecniche di questo materiale.

“**I love cableless light**” organizzato da **Nimbus**: saranno presentate due soluzioni illuminotecniche senza fili che sono capaci di seguire l'utente ovunque, in casa e non solo, grazie a una tecnologia d'avanguardia.

**Urban house** firmato da **Porcelaingres** per presentare le due collezioni di punta: Urban e Urban Great che prendono vita all'interno di un'architettura residenziale contemporanea dove la materia caratterizza ed esalta i volumi abitativi interni ed esterni.

Infine, **Wall Escapes** il progetto di rivestimenti murali creati su commissione, interamente personalizzati e stampati a mano da artisti. Presentato dall'hub creativo Gate 44 Stannum, che in collaborazione con l'archivio Zucchi che ha fornito i blocchi da stampa di pattern settecenteschi, mira a cambiare il concetto di carta da parati adattandolo al vivere contemporaneo.

In varie sedi storiche della città, va in scena quest'anno anche un ambizioso progetto che vede coinvolti molti architetti e designer, famosi ed emergenti, italiani e internazionali: si tratta di **White In The City**: un vero e proprio itinerario che racconterà il colore bianco nelle sue sfumature, sia cromatiche che simboliche.

Per rimanere nelle vie del centro città, **Minecraft17**, la mostra ospitata alla Basilica di San Simpliciano, che riunisce il meglio del design e dell'artigianato danese, quest'anno curata da Henrik Vibskov, oppure da **Carl Hansen & Son** che presenta, presso il nuovo showroom di Foro Buonaparte, una celebrazione del meglio dell'artigianato danese con icone accostate alle più recenti novità firmate da designer contemporanei. Nella splendida cornice di Palazzo Litta invece, torna **Belgium is Design** con la mostra “Linking Minds” di 10 designer rigorosamente belgi che, per l'occasione, hanno personalmente scelto un partner con cui collaborare al loro progetto.



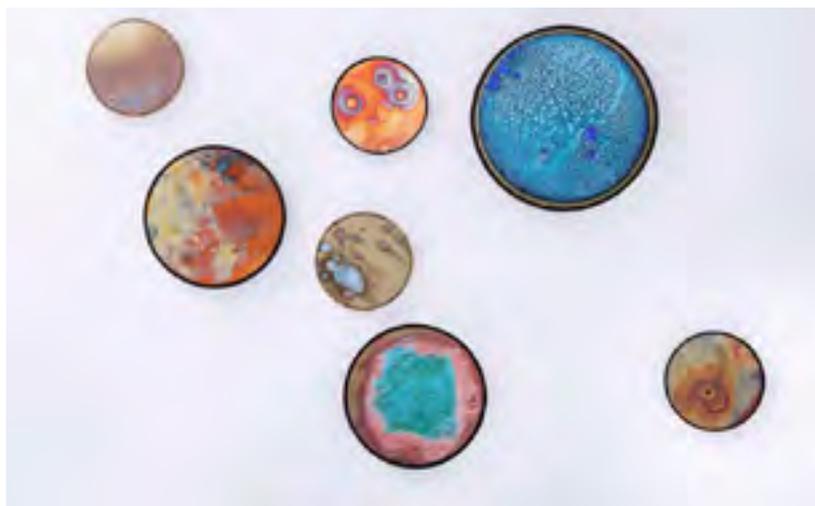
DESIGNED AND MADE IN ITALY  
tavolo Shanghai | sedie Sofia

**RIFLESSI**<sup>®</sup>

MILAN DESIGN WEEK 4/9 APRILE 2017 - RIFLESSI STORE MILANO PIAZZA VELASCA 6  
STORE: NAPOLI VIALE KENNEDY 415/419 - REGGIO CALABRIA C.SO GARIBALDI 545 - [www.riflessi.it](http://www.riflessi.it)

Nel distretto dell'innovazione milanese, in **Bovisa**, dove cresce sempre di più la presenza del Politecnico di Milano e dove molti studi di designer stanno cominciando a prendere casa, assolutamente da non perdere un nuovo modello di ospitalità ed esposizione: **A letto con il design** è infatti il **makerspace più grande d'Italia** e si distribuisce nei 1200 mq di una vecchia fabbrica verticale, su concept di MakersHub e Ideas Bit Factory. 40 camere temporanee in cui i progettisti, selezionati attraverso una call internazionale, vivranno con le loro opere, a metà tra casa temporanea e fabbrica abitabile.

Nell'immane **Zona Tortona**, sosta obbligata a **Superstudio**, che ospita alcuni degli appuntamenti più significativi della Design Week. Ad esempio, l'installazione "Touch" di **Agc Asahi Glass**, un progetto ispirato al tema della percezione tattile del vetro. L'installazione, sintesi delle tecniche di trattamento del materiale più all'avanguardia di Agc e dell'ispirazione di partner creativi internazionali, ridefinisce l'immagine tradizionale del vetro. Oppure, l'artwork futuristico curato dall'artista e designer **Tokujin Yoshioka**, per il 70° anniversario di Lg: un arazzo di luce dove arte e tecnologia si combinano fino a creare confondere e affascinare l'osservatore. **Sunbrella**, invece, azienda specialista dei tessuti da esterno altamente performanti, accoglierà i visitatori all'ingresso del corpo centrale di Superstudio con un'installazione realizzata con le sue ultime novità. Nella Piazza dell'Arte, l'installazione di **Studio Patricia Urquiola** per **3M**, sull'importanza di preservare le memorie per il futuro attraverso l'unione di architettura, design e la magia dei materiali. Un altro spazio che si conferma sempre ricco e ben strutturato è **Milano space makers**, quest'anno con **Mini Living** che presenterà "Breathe", un concetto visionario basato sull'idea di un lifestyle più cosciente e sostenibile, con la proposta di soluzioni alternative per migliorare la vita in città, e nel padiglione Visconti, **Corian® Design Surface** e Cabana Magazine presentano la mostra "Corian® Cabana Club", un viaggio multiculturale ed emozionale nel mondo del massimalismo. Senza lasciare via Tortona, all'**Opificio 31** è



Sopra, Rong Contemporary Design Exhibition di Milano Space Makers



A sinistra, la rielaborazione grafica della mappa per Brera Design District

di casa il design nordico. Per la prima volta al Fuorisalone, **Vestre**, storica azienda norvegese leader nella produzione di complementi d'arredo per le città, parchi e spazi pubblici all'aperto, presenta **Nordic life in urban spaces**, un'installazione che racconta il design condiviso e della socialità, nella dimensione urbana e Infine, quest'anno si aggungerà ai quartieri animati dal design, anche l'**Isola** e **Milano Durini Design**, mentre si confermano **Porta Venezia**, l'**Università Statale** con la mostra curata da Interni e **Space&Interiors**, esposizione interamente dedicata al mondo delle finiture.

# RIFLESSI®



PER FARE UN TAVOLO  
CI VUOLE  
UNA CONSOLLE\_

48	300 cm
----	--------

**Manhattan** consolle allungabile

DESIGNED AND MADE IN ITALY

specchio Magnifique | poltroncina Sofia | sedie Slim | credenza Segno

MILAN DESIGN WEEK 4/9 APRILE 2017 - RIFLESSI STORE MILANO PIAZZA VELASCA 6

STORE: NAPOLI VIALE KENNEDY 415/419 - REGGIO CALABRIA C.SO GARIBALDI 545 - [www.riflessi.it](http://www.riflessi.it)



# Ora-Ïto, saggiamente FOLLE



**HA SPESO UNA FORTUNA PER ACQUISTARE LA TERRAZZA DI LE CORBUSIER A MARSIGLIA, DESTINANDOLA A MUSEO EN PLEIN AIR. ORA È PATRIMONIO UNESCO. INTUZIONI E GENIALITÀ DI UN CREATIVO CHE SA METTERSI IN GIOCO E HA CONQUISTATO ANCHE CASSINA.**

di *Andrea Guolo*

“**Q**uando l’ho acquistata, mi pareva la realizzazione di un sogno. Poi ho pensato che questa terrazza fosse troppo bella per tenerla soltanto per me. Dovevo condividerla”.

Ora-Ïto osserva la ‘sua’ Marsiglia, col mare all’orizzonte, dall’alto della Cité Radieuse, l’enorme complesso residenziale capolavoro dell’architettura brutalista progettato nel 1945 da Le Corbusier. Nel 2010, sapendo che l’ultimo piano era in vendita, non ha avuto dubbi e se l’è comprato. “Mi è costato diversi milioni”. Non rivela la cifra esatta, ma le cronache riportano che soltanto i lavori di restauro sarebbero costati sette milioni di euro cofinanziati dal designer, marsigliese di nascita e parigino d’adozione, assieme ai proprietari dell’edificio e con un contributo pubblico. Occorre poi tener conto della spesa iniziale, quella per l’acquisto, che costrinse l’allora trentatreenne, già affermato autore di icone come la bottiglia in alluminio della birra Heineken, a vendere l’abitazione di Parigi e una ricca collezione d’arte contemporanea. Una follia. Talvolta, però, i colpi di matto vengono premiati dalla fortuna,

oppure l'apparente follia altro non è se non la capacità di intuire ciò che potrebbe accadere. Così, un anno fa, il palazzo di Le Corbusier è stato dichiarato dall'Unesco 'patrimonio mondiale dell'umanità'. Intanto però l'idea di Ora-Īto, al secolo Ito Morabito, si è concretizzata in MaMo, acronimo di Marseille Modulor, primo centro d'arte contemporanea en plein air con esposizioni limitate alla bella stagione. L'ultima del 2016 è stata dedicata all'optical art di Felice Varini. Con l'aiuto di uno o due sponsor (il rapporto più consolidato è quello con Audi), Ora-Īto è riuscito nel suo intento di rendere l'arte contemporanea una forma di cultura accessibile a tutti, totalmente gratuita. Convincere gli artisti a esporre in una terrazza non è stato poi così difficile... "Il lavoro più duro, in fondo, lo aveva fatto Le Corbusier con la progettazione", ci spiega, sorridendo e aggiungendo che lo sforzo organizzativo, assunto in prima persona, viene ripagato dalle relazioni che si creano tra design e arte. "Ho relazioni costanti con tutti coloro che hanno esposto a MaMo, a cominciare da Daniel Buren con cui ho successivamente collaborato. L'arte ti apre mille direzioni". Attenzione però a non scambiare Ora-Īto per un semplice mecenate... Quest'anno, al Salone del Mobile, festeggia il ventesimo anno di carriera nel design con la presentazione della lounge chair Venus, prodotta dall'azienda marmorea Citco, e intanto nello stand di Cassina sarà esposta la Ico chair, lanciata un anno fa proprio a Milano, che dopo aver raccolto grandi



consensi sta ora dando i risultati attesi anche in termini economici. La realizzazione della Ico è stata particolarmente complessa. "Quattro anni di progettazione, quattordici prototipi prima di arrivare all'approvazione definitiva", ricorda il designer. "Ma ne è valsa la pena. Con Cassina è possibile che si arrivi a un nuovo prodotto per il Salone 2018". Per Ora-Īto si sono intanto aperte le porte del Centre George Pompidou, che ha selezionato sei pezzi rappresentativi da lui ideati, tra cui proprio la Ico di Cassina, inserendoli nella sua collezione permanente. Gli altri cinque? La bottiglia Iconik per Heineken, quella della fragranza best seller Idylle di Guerlain, la lampada One Line prodotta da Artemide, la seduta Eva di Zanotta e la creazione di art de la table Arborecence a marchio Christoffle. "Strano... avessi dovuto decidere io, avrei scelto esattamente le stesse cose".

Sopra, Ico sedia prodotta da Cassina

Sotto, Venus, lounge chair prodotta da Citco

In apertura, l'ultimo progetto di Ora-Īto è il tram che percorrerà le strade di Nizza, realizzato per Alstom e ritratto di Ora-Īto by Ellen Von Unwerth



CON UNO DEGLI ULTIMI PROGETTI  
RESIDENZIALI REALIZZATI  
SULLA PALM JUMEIRAH, ITALIAN  
CREATION GROUP PORTA  
L'ECCELLENZA DI VALCUCINE  
A DUBAI. LA HOLDING INTANTO  
PUNTA A UNA CRESCITA  
ORGANICA DEL 10%  
NEI PROSSIMI 3/5 ANNI.

# ITALIAN CREATION GROUP SBARCA A DUBAI

di *Costanza Rinaldi*

“Dubai oggi è una finestra aperta sul mondo ed è una location molto interessante. Siamo rimasti molto colpiti quando abbiamo visitato l'area la prima volta, perché c'è una vista pazzesca sull'oceano, si è circondati da tutta la città, s'intravede in lontananza Downtown, il Burj Khalifa e più vicino il profilo del Burj Al Arab”. Con queste parole i tre architetti spagnoli dello **Studio Rcr** parlano del progetto della nuovissima **Residenza Muraba**, sulla Palm Jumeirah di Dubai, forse l'emirato più liberale dei sette. Il concept alla base del progetto è nato proprio dalla volontà di far risaltare i valori del luogo e di soddisfare la richiesta di creare appartamenti di altissima qualità nelle finiture e nelle scelte progettuali. Il lavoro dello studio catalano è stato caratterizzato fin dalle sue origini dall'elevata attenzione nei dettagli, sia nelle parti pubbliche che in quelle private, così come dalla volontà di creare coesione tra gli elementi, naturali e artificiali, e dall'intento di rendere l'esperienza architettonica completa ed equilibrata. Tutto questo ha fatto sì che lo studio fosse il vincitore del Premio Pritzker 2017, uno dei premi più ambiti in architettura.

La stessa attitudine per il lusso, la bellezza e l'eleganza si rintraccia facilmente nel progetto della Residenza Muraba: 46 appartamenti e 4 attici disposti in un'unica struttura leggera, allineata con il panorama circostante e disegnata fin dai primi schizzi tenendo al primo posto le esigenze del possibile residente. In questo senso infatti, gli spazi sono studiati nelle relazioni e nelle proporzioni tra loro, ma rispondono anche al comportamento della luce e a un codice di elevata qualità e ricercatezza. E' proprio in questo che si è inserita la realtà tutta

# ETHIMO

OUTDOOR DECOR

Ph. Bernard Touillon

Info e richiesta catalogo  
info@ethimo.com  
+39 0761 300 400



Showroom  
Milano / Roma / Torino / Viterbo  
Parigi / Cannes

Collezione Esedra  
design Luca Nichetto —

— THE  
ITALIAN  
STYLE FOR  
OUTDOOR  
LIVING

[ethimo.com](http://ethimo.com)

[Salone del Mobile Milano](#) / Rho Fiera 4 – 9 Aprile / hall 10 stand A03/B01



In questa pagina, vista e dettaglio degli interni con le cucine Valcucine e Stefano Core, AD di ItalianCreationGroup

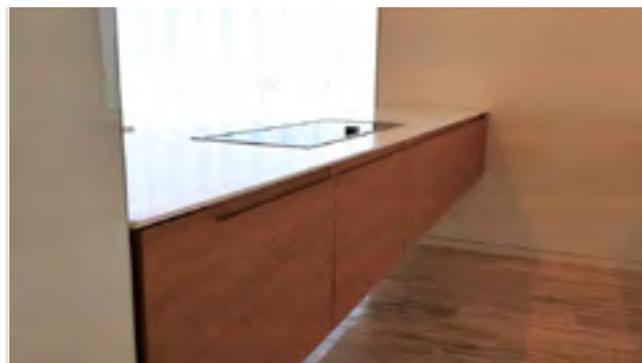
In apertura, vista esterna della Residenza Muraba



Stefano Core

italiana di **ItalianCreationGroup**, la holding industriale che promuove l'eccellenza del design e del lifestyle dello stivale e che ha registrato un fatturato di 65 mln di Euro nel 2016. "Il principio che sta alla base di ItalianCreationGroup è proprio quello di mettere a fattor comune tutte le potenzialità di alcune tra le migliori aziende del panorama italiano estremamente esclusive, dunque far leva sulle competenze delle singole aziende per dare loro crescita e portarle sul mercato internazionale, proprio come è successo in questo caso" ha affermato Stefano Core, AD della holding a *Pambianco Design*. Gli appartamenti della Residenza hanno in dotazione le cucine dell'azienda friulana **Valcucine**, da sempre conosciuta per la sua produzione di grande classe, e i bagni **Toscoquattro**, boutique dell'arredo bagno riconosciuta nell'alto di gamma come "acqua e scultura".

"Il nostro obiettivo - ha continuato Core - è acquisire e integrare le aziende che rappresentano l'eccellenza del nostro paese e, senza cancellare la loro identità come brand, dare massimo valore ai loro prodotti". Fianco a fianco quindi con le strutture aziendali che fanno parte del gruppo (figurano per il settore design oltre a Valcucine, **Driade**, Toscoquattro) e la recente acquisizione di **FontanaArte**), la ItalianCreationGroup con i suoi uffici progettuali, commerciali e di



project management, riesce ad essere la spinta perfetta per la loro affermazione nel mercato internazionale del contract. A dimostrarlo, ad esempio per Valcucine, è il ribaltamento delle percentuali di vendita estere e nazionali in soli 2 anni: 70% italiane e 40% estere al momento dell'acquisto, avvenuto nel 2015, completamente invertite solo 1 anno dopo, facendo sì che il brand, solido in Italia, sia ora conosciuto e apprezzato anche all'estero. "L'Europa apprezza il buon design e quindi negli ultimi anni abbiamo avuto tassi di crescita molto interessanti, mentre gli Stati Uniti sono un mercato più stabile e quindi più difficile da aggredire, ma altrettanto importante. Quelli più ricettivi sono i mercati in crescita, il Middle East sicuramente, ma anche i mercati asiatici in generale, India, Cina, Taiwan o Indonesia".



Salone Internazionale del Mobile  
Milan, April 4-9, 2017  
Hall 10 | Stand B19-C28

[www.pedrali.it](http://www.pedrali.it)

**PEDRALI**<sup>®</sup>  
THE ITALIAN ESSENCE



*IN CINA ESPORTA LE CITTÀ  
FORESTE, MA PER STEFANO  
BOERI LA GRANDE SFIDA  
ITALIANA DEI PROSSIMI  
ANNI È UN PIANO DI  
RIGENERAZIONE URBANA  
PER TRASFORMARE ZONE  
GIÀ URBANIZZATE IN AREE  
DI AGGREGAZIONE, SERVIZI  
E PARCHI URBANI.*

# IL PROGETTO come rigenerazione

di *Costanza Rinaldi*

**S**tefano Boeri, 60 anni e una carriera che spazia dalla progettazione architettonica all'impegno civile, passando per l'editoria di settore. Caratterizzato sempre da un'attenzione costante rivolta a governare il coro di voci urbane e naturali che compongono una città, l'architetto è stato più volte insignito di premi internazionali che l'hanno fatto diventare un punto di riferimento in ambito architettonico così come urbanistico. Uno su tutti, il Premio come Migliore Edificio al Mondo del 2015 per il Bosco Verticale di Milano, che Boeri insieme al suo studio ha trasformato in poco tempo in un vero e proprio modello abitativo, un format esportabile e realizzabile dovunque nel mondo.

## **La creazione di Città Foreste è l'inizio di un nuovo modo di progettare in Cina?**

Finalmente in Cina, stanno cominciando ad attuare un drastico ripensamento sulla progettazione: quello che hanno fatto finora è stato semplicemente continuare a costruire nuove aree urbane, nuove periferie, e i risultati sono questi immensi agglomerati metropolitani, spesso con un inquinamento insostenibile.

Esportare in Cina il concept della Città Foresta, ossia di un insediamento urbano fondato sulla biodiversità, l'energia green e la sostenibilità ambientale, vuol dire dare un contributo decisivo alle loro condizioni ambientali e urbanistiche. Il tema dell'ambiente per loro è un problema enorme perché alcune delle loro città, come ad esempio Shijiazhuang, hanno tassi di inquinamento fuori da qualsiasi limite.

### Come vengono progettate le Città Foreste? Nascono dalle Vertical Forests?

Sì e sono costituite da edifici di dimensione piuttosto contenute ispirati al Bosco Verticale. Ogni Vertical Forests equivale a circa 2 ettari di bosco ed è un modello di pianificazione urbana sostenibile concreto e applicabile in un Paese come la Cina nel quale ogni anno 14 milioni di persone si spostano dalle campagne alle città. Nel 2018 sarà concluso il primo Bosco Verticale cinese, a Nanjiing, ma stiamo già lavorando su altre città della Cina, come Shijiazhuang, Liuzhou, Guizhou, Shanghai e Chongqing.

### Si parla molto dell'esportazione del design italiano nei mercati cinesi, ma dal punto di vista della progettazione che situazione c'è?

Io ho uno studio a Shanghai, dove lavorano molti giovani architetti, anche molti italiani e adesso stanno cominciando a riconoscere e ad apprezzare la nostra cultura del recupero edilizio, cosa che invece non appartiene loro. Per noi, Europei in generale, il recupero è fondamentale, è nel nostro DNA e adesso anche in Cina si cominciano a vedere progetti di recupero di edifici storici, come ad esempio l'incarico che abbiamo avuto per la ristrutturazione dell'antica borsa di Shanghai, oggi diventato un centro multifunzionale. Il design italiano è sempre visto come un punto di riferimento, per questo la EasyHome ci ha chiesto di progettare un centro dedicato proprio al nostro design, un luogo di commercializzazione per aziende italiane e cinesi, uno spazio espositivo e un hub per 3 studi italiani che potranno incontrare clienti e mostrare i loro progetti.



Dall'alto, rendering della Jungle Lounge al Terminal 2 dell'aeroporto di Pudong e sotto, vista interna dell'Italian Design Center a Pechino

In apertura, Stefano Boeri



**I temi di sostenibilità e biodiversità si rintracciano in altri suoi progetti, come il Mountain Forest Hotel...**

Sì, sicuramente. Si tratta di un progetto che verrà realizzato nella Valle dei 10mila picchi, uno spazio di 400 acri. Noi stiamo lavorando per la sede in loco del Cachet Hotel Group di Hong Kong, con 250 camere per 31.200 m<sup>2</sup>. L'hotel sarà come un picco naturale, perfettamente inserito nell'ambiente circostante, alla sua topografia e all'ecosistema che lo caratterizza. La simbiosi tra uomo, architettura e natura è la reale sostenibilità di un progetto. Con la stessa impronta stiamo progettando l'area lounge del Terminal 2 all'aeroporto di Pudong: uno spazio verde, ispirato alla giungla per staccare dalla frenesia di un luogo particolare come un aeroporto.

**Infine, com'è la situazione italiana trattando di sostenibilità, biodiversità e crescita urbana?**

Efficienza energetica, uso intelligente di materiali e risorse, attenzione alla qualità

della vita e del contesto ambientale e sociale in cui un progetto si inserisce, possono considerarsi i dati strutturali di ogni "buona" architettura. In Italia la struttura urbana è costituita da circa 120 milioni di vani, di questi, 30 milioni sono costituiti da edifici "storici" e sottoposti a tutela e circa 90 milioni sono invece i fabbricati che costituiscono gran parte delle periferie urbane, spesso caratterizzati da scarsa qualità architettonica e costruttiva e, generalmente, privi di requisiti antisismici. Attuare politiche urbanistiche innovative, che mirino a promuovere condizioni di urbanità, di intensità di scambi e relazioni, come succede già in altri Paesi, è un contributo fondamentale alla riqualificazione del capitale sociale delle periferie. Un esempio in questo senso sono le piazze italiane, da sempre luoghi dove tutto può accadere: spazi pubblici aperti, la cui indeterminatezza e generosità è per me il miglior segno dell'intensità di cui parlo. Quando non c'è varietà sparisce la caratteristica principale della città.

Sopra, rendering della Città Foresta di Shijiazhuang con edifici di media e grande dimensione ispirati al Bosco Verticale di Milano

L7  
—

A DÉCO OFF, GLI EDITORI TESSILI PER LA CASA RINNOVANO L'OFFERTA PUNTANDO SU STILE E FUNZIONALITÀ DEI MATERIALI, RICETTE ANTICRISI PER UN SETTORE CHE CONTINUA A SOFFRIRE. DAL 2009 A OGGI IN ITALIA SONO SCOMPARSE OLTRE 350 AZIENDE MA I BIG CRESCONO.

# INNOVAZIONE E CONTRACT PER IL TESSUTO

di *Andrea Guolo*

**I** dati sono implacabili, ma vanno letti con attenzione. Negli ultimi sei anni in Italia, a crisi già esplosa, l'industria tessile per la casa ha perso 170 milioni di ricavi, scendendo da 1.147 a 976 milioni. La diminuzione è il risultato di un forte calo di player, mentre i ricavi medi per azienda sono sostanzialmente invariati: nello stesso periodo, infatti, hanno chiuso ben 356 realtà tessili, scese da 2.237 a 1.881, per un conto occupazionale ancor più drammatico considerando che gli addetti sono precipitati da ottomila a poco più di cinquemila.

I dati certificano che la crisi dipende totalmente dal mercato interno. Considerando lo stesso periodo, dal 2009 al 2015, le esportazioni sono infatti aumentate da 298 a 383 milioni di euro. Mentre le nostre aziende tessili intensificavano l'export come unico percorso di crescita o sopravvivenza possibile, il mercato interno veniva sommerso di prodotto d'importazione, perlopiù cinese. L'home textile è pertanto caratterizzato da un saldo commerciale fortemente negativo, con i valori dell'import quasi doppi rispetto all'export.

Come avvenuto in altri ambiti, la strategia centrale dei produttori italiani di tessuti si fonda sulla qualità, che non può comunque prescindere dall'innovazione stilistica e da una maggiore attenzione per il canale progettuale, stringendo relazioni con gli architetti ed entrando direttamente nel business del contract. Il successo di Déco Off, la rassegna che si tiene in gennaio a Parigi con inizio alla vigilia di Maison & Objet, dipende proprio dalla sua capacità d'attrazione verso il mondo dei designer e degli architetti. La location scelta per l'esposizione, non una fredda fiera ma gli showroom dislocati



A lato, Rubelli: Jacquard in viscosa cotone Boccioni, disponibile in 3 colori

In apertura, Rubelli: Jacquard in Trevira CS Katagami, disponibile in 11 colori

tra le più belle vie della rive gauche nel quartiere di Saint Germain, sicuramente contribuisce ad aumentare il richiamo, anche se il vero compito da superare è quello del rinnovamento dell'offerta. Oggi Déco Off costituisce probabilmente il momento più importante per la presentazione delle novità per l'home textile e anche alla settima edizione, che si è tenuta quest'anno dal 19 al 23 gennaio, gli editori tessili si sono spesi per intercettare il nuovo business.

### SPAZIO ALLE NOVITÀ

Un esempio arriva da Rubelli, nome storico della tessitura veneziana, che a Déco Off ha presentato una collezione audace. L'azienda ha potenziato la gamma colori, rileggendo i propri classici in chiave contemporanea e accompagnando alle tonalità tradizionali delle nuove varianti, suscitando stupore e interesse tra i clienti. "Sarà un percorso destinato a proseguire negli anni successivi – sottolinea Marco Attisani, direttore commerciale – a testimonianza di una svolta per il brand Rubelli. Alla rilettura delle colorazioni dei nostri best seller si accompagna infatti un cambiamento tecnico importante, perché i telai attuali permettono di ottenere tessuti più resistenti all'usura nel tempo, utilizzabili non solo a fine decorativo ma anche come rivestimenti per imbottiti o altri mobili realizzati a livello industriale, offerti peraltro a costi più accessibili".



Caterina Fabrizio



Raffaele Fabrizio



Davide Maspero



Remo Roentgen



Davide Trevisan



A lato, Nya Nordiska, Mademoiselle, collezione Luxury Life

Sotto, Brochier, Solida Collection

Tra gli articoli più apprezzati nello showroom di Dedar compaiono gli jacquard come Manifesto Futurista, con i suoi riflessi metallici e le forme geometriche d'ispirazione art deco, e A' Contre Jour, twill di seta e cotone che rappresenta un paesaggio orientale visto in contro luce. "L'evento di Parigi – raccontano i proprietari dell'azienda di Appiano Gentile (Como), Caterina e Raffaele Fabrizio – è per noi un momento chiave dell'anno. Oltre a mettere in evidenza le tendenze della decorazione d'interni, coincide con il lancio della nostra nuova collezione che abbiamo presentato ai clienti più fedeli e al grande pubblico. Quest'anno, la varietà della proposta Dedar ha permesso a tutti di trovare il proprio colpo di fulmine". La collezione Brochier edita da Clerici Tessuto, che nel 2007 acquisì marchio ed heritage dal gruppo tessile Ratti, prosegue il suo percorso verso un'immagine più semplice e fresca con l'applicazione di disegni floreali, tropicali e con un marcato utilizzo degli stampati, che incidono per oltre la metà dell'offerta complessiva. "Nelle ultime edizioni di Déco Off – sostiene il responsabile commerciale Davide Maspero – abbiamo notato un'offerta perfino eccessiva da parte dei gruppi leader del mondo tessile. Noi siamo editori di nicchia e cerchiamo pertanto di promuovere le nostre eccellenze,



sviluppate da uno studio di design interno con notevole capacità creativa. I disegni sono tutti fatti a mano e completati all'interno del nostro studio artistico. Siamo soddisfatti. Parigi è importante perché in tale occasione riusciamo a incontrare tutti i nostri distributori internazionali, compresi quelli asiatici".

Nya Nordiska ha lanciato a Déco Off la collezione primaverile Streifzüge, termine tedesco che combina i significati di 'esplorazione' e 'strisce', mantenuto in lingua originale perché, ci spiega l'amministratore

[www.dieffebi.com](http://www.dieffebi.com)

**Salone del Mobile Milano**

4/9 aprile 2017

Padiglione 24 - Stand B19 B23



ad Designwork / photography Tiziano Sartoro  
Styling Alessandro Pasinelli/Studio

*Dieffebi.* Functional design  
for working and living.

**dieffebi**

**Showroom:**

**Milano**

via Milazzo, 8

T. +39 348 5816019

**London**

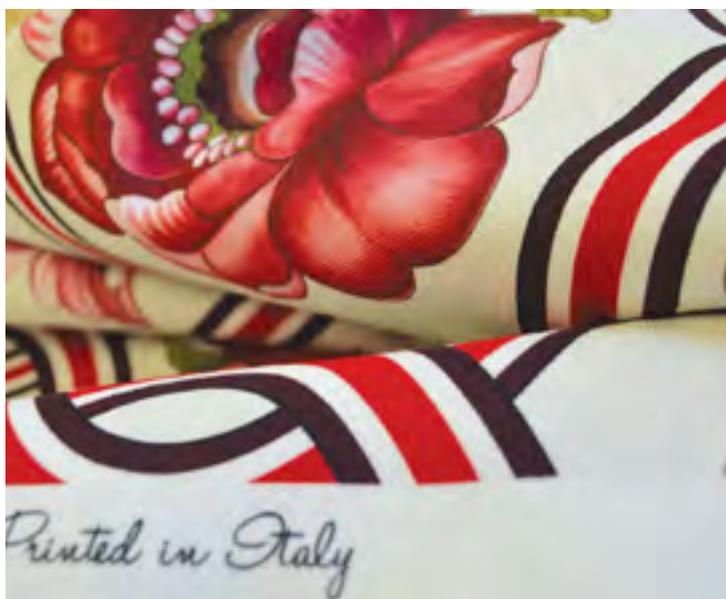
104/110 Goswell Road

T. +44 7710 459516

delegato dell'azienda Remo Rontgen, non esiste un modo altrettanto efficace per tradurre in inglese il concetto dell'esplorare le possibilità creative applicate alle stripes, che tradizionalmente identificano l'offerta della società tessile con sede a Dannenberg (Germania). "Il mondo del tessile – dichiara Rontgen – sta tornando a interpretare un ruolo da protagonista nell'industria degli interni. Il tessuto è al centro della scena decorativa e dell'arredo, passaggio essenziale per poter offrire una visione piena ed esteticamente corretta degli spazi domestici. Le funzioni dei tessuti, oltre alla parte legata agli aspetti del design, sono sempre più innovative a livello termico, acustico, protettivo ed energy saving".

#### CRESCITA LIMITATA

In un contesto sempre più concorrenziale, i dati economici dichiarati dai gruppi tessili orientati alla qualità e all'innovazione appaiono superiori alla media, ma di certo quello degli editori non è un business da aumenti double digit. Dedar stima una chiusura in positivo rispetto ai 45 milioni di ricavi del 2015 e punta, nell'anno in corso, a progredire del 10%. La parte tessile di Rubelli, pur crescendo a ritmo inferiore se confrontato con la divisione mobili per la casa, archivia il 2016 con un +2,5% al netto del brand Donghia, per un totale di 43,3 milioni di euro su un totale consolidato di poco inferiore ai 90 milioni. "Per il 2017 - anticipa Attisani – la crescita del gruppo dovrebbe raggiungere il +7-8%, sostenuta da Rubelli Casa, mentre la parte tessile sarà conservativa". Nya Nordiska sorvola sui dati ma il CEO del gruppo ammette: "Non è un segreto, il 2016 è stato un anno difficile. Confidiamo negli sviluppi avviati e il 2017 è iniziato bene grazie alla nuova collezione. Concentrandoci sul potere innovativo dei nuovi materiali tessili, ci aspettiamo un grande potenziale di crescita". I dati del gruppo Clerici sono ben più interessanti, con un balzo anno su anno di circa il 10% e un turnover consolidato attorno ai 60 milioni di euro, ma la divisione home textile,



Dall'alto, due dettagli della linea Brochier, Solida Collection

modello LAB1 3



IL NOSTRO MONDO  
NELLA TUA CUCINA  
[www.arancucine.it](http://www.arancucine.it)

 **ARAN**  
CUCINE



#ARANCLUB



Dedar, A Contre-Jour

dove opera anche attraverso il brand Luna Home, vale tra l'8 e il 10% e la collezione Brochier non va oltre il 3% del fatturato, essendo il core business legato ai tessuti per abbigliamento e accessori e a un servizio di prodotto finito.

#### **IL FUTURO? USA E CONTRACT**

Largo dunque alle strategie necessarie per impostare un futuro più solido. Dedar ha stabilito due linee di investimenti. “La prima – spiegano Caterina e Raffaele Fabrizio – riguarda uno sviluppo territoriale nel mercato statunitense, conseguenza del passo strategico di apertura di una filiale locale, Dedar Inc, effettuato nel 2015 per arrivare al potenziamento e all'ulteriore espansione di Dedar nel complesso panorama americano. La seconda riguarda il canale hospitality. Lo si evince chiaramente dalla notevole presenza nelle nuove collezioni dell'offerta di tessuti fire retardant e ignifughi, adatti a questo canale specifico, con il riadattamento di disegni iconici dell'azienda su filati dalle caratteristiche specifiche per il contract”. Anche Brochier, che dagli Usa già ottiene il 40% dei ricavi, vede nel mercato nordamericano il principale volano di

crescita, ma non trascura l'Italia dove ha avviato una collaborazione con l'azienda inglese d'arredo bagno Victoria + Albert, presente con uno showroom in galleria Meravigli a Milano. “L'abbinamento è curioso – riconosce Maspero – ma ci sono delle compatibilità legate al fatto che i nostri partner non operano soltanto sul mondo bagno, avendo anche una divisione di elementi d'arredo. Inoltre, la presenza nel loro showroom ci apre nuove possibilità nel canale della progettazione”. Rubelli procede a tutto contract: “Si tratta del canale trainante – evidenzia Attisani – e non soltanto all'estero. Anche in Italia, specie nelle aree del sud che hanno beneficiato di finanziamenti a fondo perduto per le riqualificazioni alberghiere e turistiche, si stanno aprendo nuovi fronti di sviluppo. L'hospitality è in pieno fermento”. “L'arredamento in tessuto – conferma Rontgen di Nya Nordiska – sta diventando sempre più importante nell'architettura. Il nostro engagement in termini di responsabilità e sostenibilità è in crescita e siamo convinti che l'innovativo Climatex, che abbiamo definito il 'tessuto intelligente', avrà successo nell'ambito della progettazione”.

# GIANFRANCO FERRE

HOME  
Interiors



ABBANDONATO IL VECCHIO  
 IDEALE DEL PERSIANO, STATUS  
 SYMBOL ANNI 80, IL MERCATO  
 PREMIA L'EVOLUZIONE E  
 LE AZIENDE SPINGONO  
 LE COLLABORAZIONI CON  
 ARCHITETTI E DESIGNER. IL  
 FATTO A MANO SI CONFERMA UN  
 VALORE AGGIUNTO IN CRESCITA.

# IL TAPPETO VOLANTE È DI DESIGN

di *Andrea Guolo*

**U**na miniera d'oro su cui appoggiare morbidamente i piedi. Il mercato mondiale dei tappeti è in forte espansione, a partire dagli Stati Uniti che, secondo le stime riportate da Euromonitor, incidono all'incirca per il 50% sulla richiesta mondiale, ma con forti tassi di crescita in Far East per il dinamismo del mercato immobiliare. Il giro d'affari del comparto carpet previsto entro il 2020 dovrebbe sfiorare i 40 miliardi di dollari, sostenuto dal numero crescente di progetti di recupero delle abitazioni esistenti, delle nuove edificazioni e dell'hospitality, con un trend principalmente orientato al prodotto sostenibile ed eco-friendly. L'Europa, secondo l'analisi condotta da Grand View Research, dovrebbe passare da una domanda di 665 milioni di metri quadrati del 2014 agli oltre 800 milioni del 2022 grazie alla dinamicità dei paesi dell'Est, della Russia e della Turchia.

## CAMBIO DI STILE

Visto dall'osservatorio dalle aziende specializzate, il mercato offre sicuramente ottime prospettive ma impone un cambio di direzione. Il vecchio concetto di tappeto lussuoso, status symbol degli anni '70 e '80, è stato abbandonato per un prodotto di design più contemporaneo, dove il ruolo creativo del maestro tessitore lascia il posto a quello puramente esecutivo dell'artigiano che segue i dettami di un art director in veste moderna, esattamente come accade nella moda e nel mobile. Golran, storica realtà del settore con oltre un secolo di attività alle spalle, si è mossa con decisione nel passaggio da tradizione a design, affidando la direzione artistica delle sue



Davis e Bendis  
 Ronchetti Illulian



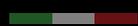
Rana Sahrai



Elia Gorlan



LOCHERBER®  
MILANO



MADE IN ITALY

[LOCHERBERMILANO.COM](http://LOCHERBERMILANO.COM)

BOUTIQUE IN CORSO MAGENTA 30, MILANO · T +39 02 45 47 10 01

creazioni all'agenzia Francesca Avossa e sviluppando, parallelamente all'attività di grossista di tappeti persiani, quella di produttore di design carpets con una fabbrica di proprietà in Nepal, dove operano circa mille dipendenti per una realizzazione 100% in house che, secondo quanto sostiene l'amministratore Elia Golran, è uno dei punti di forza della società con base a Milano. "Oggi il design genera il 95% del nostro business – spiega Golran – e gli investimenti sono tutti rivolti in quella direzione. Siamo un'azienda piccola, ma lo scorso anno siamo cresciuti del 16% e pensiamo di poter continuare così, anche grazie all'inserimento di nuovi stilisti e all'avvio di importanti collaborazioni". Al Salone del Mobile, Golran si gioca un jolly di peso: Hunua, prima collezione di tappeti firmata da Piero Lissoni. "Con lui collaboriamo da tempo per le forniture dei nostri prodotti destinati a hotel e residenze private. A un certo punto gli abbiamo proposto: perché non facciamo qualcosa insieme? Lissoni ha accettato. Credo sia la prima volta anche per lui, nel mondo dei tappeti".

Design, design e ancora design per il brand Illulian. "I nuovi trend di acquisto – spiegano Davis e Bendis Ronchetti Illulian – ci hanno portato a realizzare tappeti dallo stile classico-moderno, come il nostro Casanova della Palace Collection, che si caratterizza per un disegno barocco reso attuale dall'effetto consumed, e a creare modelli unici avvalendoci di prestigiose firme quali Dimore Studio e Fabio Novembre, che presenteremo quest'anno al Salone del Mobile". I risultati arrivano di conseguenza. L'azienda, fondata a Milano nel 1960, dichiara una crescita del 30% nel 2016 e i dati dei primi mesi 2017 fanno intravedere un incremento simile anche a fine anno. "L'obiettivo anche per il 2017 sarà sicuramente l'apertura verso nuovi mercati esteri e un ampliamento della quota relativa a progetti contract e residenziali" spiegano i due esponenti di seconda generazione.

Progredisce a due cifre (+15%) anche il giro d'affari di Sahrai, confermando un trend



crescente ormai da sette anni consecutivi. "Ci aspettiamo un incremento della stessa portata anche per l'anno in corso", dichiara la proprietaria e amministratrice Rana Sahrai, che nelle ultime collezioni ha scelto di esplorare il mondo della natura esotica in aggiunta al filo conduttore dell'effetto consumato non solo sul prodotto di design, ma anche su quello con temi contemporaneo-classici.

Dall'alto, Illulian, tappeto Casanova e Elia, Nathan, Elichu e Benjamin Golran

In apertura, Pentelic by Sahrai

## SPINTA ALL'ESTERO

I mercati di riferimento per le aziende italiane del tappeto sono piuttosto ampi e diversificati, ma un peso rilevante lo hanno certamente la Russia e il Medio Oriente esplicitamente citati da Rahnai, la prima come esempio di ripresa in atto dopo anni di rallentamento e il secondo come destinazione storicamente importante per l'azienda, che osserva una forte crescita anche in Cina. "Tuttavia – aggiunge l'imprenditrice – i nostri progetti hanno luogo nei mercati più diversi, dall'India al Marocco fino agli Stati Uniti, da cui giungono segnali molto positivi". Per Golran i mercati di riferimento cambiano in fretta. Oggi vanno particolarmente bene i paesi asiatici, soprattutto Giappone e Corea, così come la Russia e gli Stati Uniti su cui l'azienda sta investendo in termini commerciali. "In Europa invece – precisa Elia Golran – stiamo soffrendo un calo in paesi un tempo importanti, come ad esempio la Spagna". Illulian punta sulle fiere per potenziare le



**ARE YOU AS  
FLEXIBLE  
AS YOUR CITY  
?**

**MINI  
LIVING**

---

**BREATHE.**

FUORISALONE 2017  
APRIL 4-9  
TORNERIA, VIA TORTONA 32  
MILANO

IN COLLABORATION  
WITH SO-IL

[MINI.IT/LIVING](http://MINI.IT/LIVING)





vendite estere, che oggi sono particolarmente brillanti in Russia, Arabia Saudita e Cina. “Crediamo fortemente nello strumento delle fiere di settore – spiegano i due fratelli – e per questo partecipiamo a manifestazioni internazionali come Maison&Objet a Parigi, Downtown Design a Dubai e Maison&Objet Americas a Miami”. Golran ha avviato a Milano il suo primo flagship store in via Pontaccio, passaggio importante nella sua strategia di trasformazione da produttore a brand, in aggiunta ai due corner di New York e Londra e del monomarca già presente a Mosca. “Gli investimenti principali – evidenzia Elia – riguardano i nuovi designer, le politiche di marketing e l’advertising. Siamo un’azienda piccola ma cerchiamo di pensare in grande”. Per Sahrai è imminente l’apertura del primo flagship londinese a Mayfair, che si aggiunge in una rete internazionale di distribuzione già ben avviata tra Asia, Medio Oriente, Stati Uniti e Russia. “Gli altri punti focali dei nostri nuovi investimenti – sottolinea Rana Sahrai – sono il potenziamento del canale contract e le nuove collaborazioni con alcuni tra i più importanti brand italiani del mobile e della moda”.

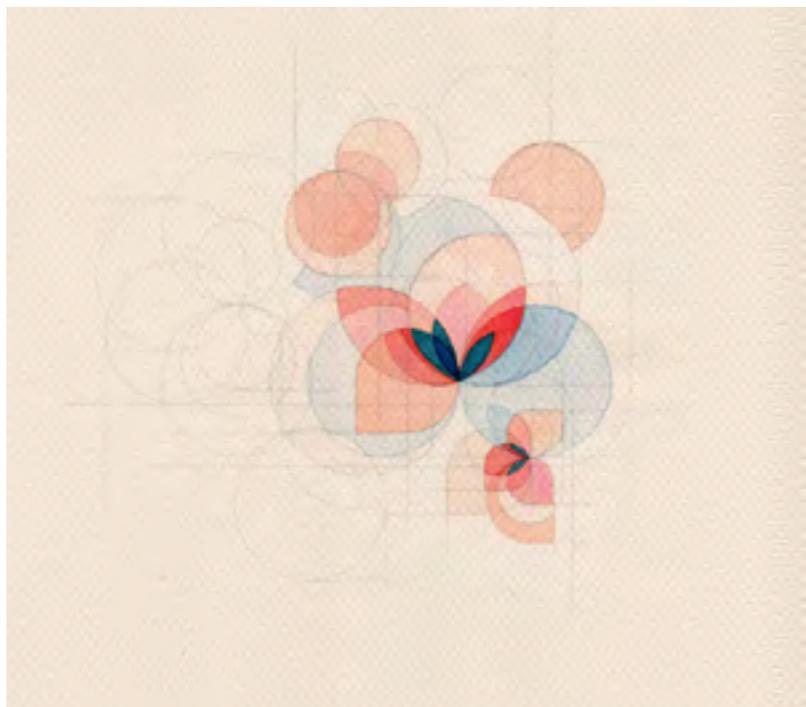
### IL PESO DEL CONTRACT

Un contributo particolare al business del tappeto sta arrivando dal mondo degli architetti e dal progetto. Per Golran, questo canale genera circa il 30% del giro d’affari, a cui andrebbero aggiunte le collaborazioni con alcuni fashion brand che però vengono conteggiate a parte. Il contract riguarda pertanto il settore dell’hospitality e della ristorazione, dove l’azienda cerca di inserirsi soltanto nei progetti più importanti per ragioni di costo. In prospettiva, Elia Golran sta lavorando per creare la prima linea

outdoor. “Noto un forte interesse per il tappeto da esterni, che sia impermeabile ma realizzato a mano come tutti i nostri prodotti”, precisa. Aumenta il peso del contract, con punte di crescita tra Cina e Arabia Saudita, anche per Illulian, che identifica il successo di questo canale nel servizio custom made. “Riusciamo a soddisfare ogni tipo di richiesta e di personalizzazione, studiando appositamente colori, disegni, dimensioni e forme”, spiegano in azienda. Sta ottenendo risultati significativi anche Sahrai, che collabora con catene alberghiere a 5 stelle e contractor nel mondo dello yachting, fornendo loro prodotti tecnologicamente adattati all’ambiente marino.

Sopra, Triangles by Golran

Sotto, la nuova versione floreale della collezione lenticolare Lake del duo Raw Edges per Golran





 duka®

UN MONDO  
CON  
LA VITA  
DENTRO.

Una giornata di sole  
ha portato  
Mattia a Shayna.  
Quieto tepore,  
calmo piacere,  
soffio, sospiro,  
un nuovo rito ancora.  
**acqua.**

La cabina doccia  
con la vita dentro.



# DIMORESTUDIO

## Ritorno alla decorazione



*È TUTTO RACCHIUSO IN QUEL NOME, NEL QUALE LA DICHIARAZIONE D'INTENTI SI PALESA IN TUTTA LA SUA RICERCATEZZA ED ELEGANZA. DIMORESTUDIO È AD OGGI UNO DEGLI STUDI D'INTERIOR DESIGN PIÙ RINOMATI E RICHIESTI IN EUROPA E NON SOLO.*

di *Costanza Rinaldi*

**B**ritt e Emiliano hanno fuso fin dal 2003 la loro comune passione per l'arte, per la moda e per il design, così come l'urgenza estetica di rintracciare in pezzi iconici del passato il carattere degli ambienti del presente: "Per noi l'arte e la moda sono fonti di ispirazione, così come l'architettura e il design dagli anni '30 agli anni '70." hanno dichiarato a *Pambianco Design*. L'intelligenza della loro progettualità infatti risiede nel trarre ispirazione dal passato per arrivare a una rielaborazione innovativa che ben s'inserisca nell'inclinazione dell'interior design di oggi. "Quello che facciamo è realizzare progetti d'interior nei quali oggetti iconici convivano con altri di recupero e con nuovi arredi disegnati e realizzati da noi, per meglio creare e plasmare una precisa atmosfera totalmente 'su misura'. Cerchiamo sempre di creare un percorso visivo ed emozionale senza tempo" continuano i due designer.

Se da un lato la ricercatezza estetica è la loro firma più riconoscibile, dall'altra la capacità di trasmettere la sensazione di appartenenza in ogni ambiente da loro progettato ne è

# Enjoy your wellness experience



Vieni a trovarci al **Salone del Mobile 2017** pad. 16 stand C.36 B.33 - Milano

**Run Personal**

Designed by Antonio Citterio

PERSONAL LINE inaugura una wellness experience più personale e connessa, grazie alla futuristica console UNITY™, navigabile come un tablet. **RUN PERSONAL**, il tapis roulant di nuova generazione.

Chiama l'**800 707070** o vai su [www.technogym.com/personal](http://www.technogym.com/personal)  
**Technogym Milano** - via Durini 1 **Technogym Village** - Cesena

**TECHNOGYM**®

**The Wellness Company**

sicuramente la conseguenza più felice. Che si tratti di un progetto residenziale privato o di un intervento per gli spazi interni di Hotel, ristoranti, showroom, il progetto non è mai impersonale o ripetitivo, ma enfatizza la tradizione del luogo, lo arricchisce di citazioni di stile e lo rende fortemente identificabile: “si crea sempre qualcosa di nuovo partendo da spunti del passato, evitando così l’effetto ‘museo’. In questo modo passato e contemporaneo coesistono e si bilanciano all’interno degli spazi che progettiamo.” La capacità di proporre ambienti emozionali dove si legge e percepisce il loro segno creativo distintivo è il motivo infatti che li ha portati nel corso degli anni a lavorare per privati ma a dare vita anche a collaborazioni con realtà imprenditoriali internazionali come Hermès, Bottega Veneta, Sonia Rykiel o Boglioli e Frette. La progettualità non cambia: “Quando avviciniamo un progetto, partiamo dal contesto, la città, il palazzo, il quartiere, e da quello che trasmette. Il DNA dello Studio non muta a seconda del progetto, quello che cambia è l’approccio dettato dal mood, dal contesto, dal luogo, dal cliente e i suoi desiderata. Il progetto è sempre parte di un puzzle che si compone di elementi diversi tra loro, non è mai fine a sè stesso.” La decorazione è fondamentale tanto quanto il progetto e, secondo la coppia di designer, in questo momento storico è la protagonista assoluta, nei mondi della moda, dell’arte, dell’interior design. In questo senso si inserisce la collezione Progetto Tessuti, iniziata nel 2015, nata dalla necessità del duo creativo di poter affiancare agli arredi dei tessuti importanti che li rappresentassero al meglio. La collezione vedrà la presentazione delle nuove linee durante questa edizione del Salone.



In questa pagina dall’alto, progetto tessuti San Carlo broderie e Paris Saint Germain by Dimorestudio, ph. Mai Linh

In apertura, Dimorestudio per Hotel St. Marc, ph. Philippe Servent; Britt Moran ed Emiliano Salci, ph. Adam Wiseman





# POLARIS

A new surface for new horizons



XTRA  
MATT



ABET LAMINATI



Unlimited selection

Frutto della ricerca stilistica e tecnica di Abet Laminati, Polaris è un prodotto rivoluzionario, caldo e morbido al tatto, con caratteristiche straordinarie: è altamente resistente al graffio e al calore ed è anti-impronta.

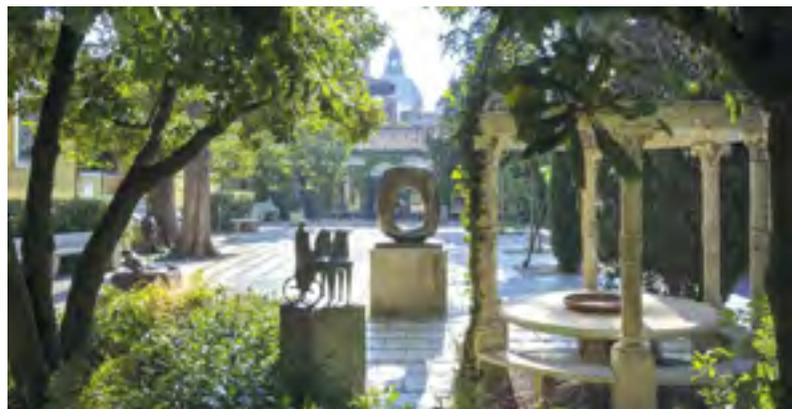
Scopri i decori in collezione su [abetlaminati.com/polaris](http://abetlaminati.com/polaris)



1987



2001



GUGGENHEIM INTRAPRESÆ  
DIVENTA BRAND E SI  
DIMOSTRA ESSERE  
ANCORA UN ESEMPIO  
UNICO E STRAORDINARIO DI  
CORPORATE MEMBERSHIP  
TUTTA ITALIANA, VOLTA AL  
SOSTEGNO DI ATTIVITÀ  
CULTURALI DALLO  
STAMPO FORTEMENTE  
IMPRENDITORIALE.

# GUGGENHEIM INTRAPRESÆ COMPIE 25 ANNI

di *Costanza Rinaldi*

**E**ra il 1992, quando un gruppo di imprenditori italiani e illuminati decisero di unirsi sotto un'unica egida coniugando l'eccellenza del proprio settore con la passione per l'arte della Collezione Peggy Guggenheim e oggi quel progetto, **Guggenheim Intrapresæ**, compie 25 anni. "Ha un'ispirazione anglosassone, specialmente dei musei americani, che sono dei veri e propri promotori della crescita culturale del Paese e che sempre più spesso coinvolgono imprese e realtà imprenditoriali per sostenere le loro attività" ha affermato **Chiara Arceci**, Manager for Corporate Development and Advisory Board relations della Collezione Peggy Guggenheim a *Pambianco Design*. Il carattere innovativo di questa collaborazione tra la realtà museale che occupa il primo posto in Italia per l'arte moderna e contemporanea, e alcune imprese che rappresentano l'eccellenza del made in Italy, risiede nella volontà di diventare catalizzatore di cultura, creatività e innovazione. Un luogo incontro e di condivisione per la cultura, come l'ha definito la Arceci, costituito ad oggi da 22 aziende, italiane e internazionali, che riesce a rappresentare un panorama diversificato, vivace, creativo e unito. Pur appartenendo a settori d'impresa profondamente diversi (alta profumeria, interior design, informazione, illuminotecnica, calzature, edilizia, etc), tutte le firme invitate dalla Collezione Peggy Guggenheim condividono gli stessi intenti e valori, si distinguono per il proprio mecenatismo e il contributo consapevole rivolto alla crescita culturale e sociale del proprio territorio di appartenenza



e operatività. “Oggi, essere parte di questo gruppo significa poter dialogare con altre aziende che parlano lo stesso linguaggio e che portano il loro contributo per la costruzione di un codice condiviso. Significa anche imparare, acquisire nuovi valori e trasmetterli alle persone che collaborano con l’azienda. E’ un’esperienza entusiasmante.” ha dichiarato a *Pambianco Design* Giulio Feltrin, Presidente di **Arper**. Il settore del Design è forse uno dei più ricchi nella membership: oltre ad Arper, spiccano infatti nomi come **Arlinea, Florim, Mapei**, ma anche i tessuti **Rubelli** e **Reggiani Illuminazione**. L’adesione è sembrata ovvia per molte realtà imprenditoriali italiane del settore che hanno rintracciato negli intenti e nella vocazione del progetto le loro stesse basi e propensioni verso la creatività. “Credo che il legame tra il Design e la Collezione Peggy Guggenheim sia molto naturale perché entrambe le realtà dialogano con la creatività” ha indicato infatti la Arceci e proprio trattando di sostegno alla creatività, Gabriele Corte, responsabile Area Italia BSI, una delle più antiche banche svizzere che supporta le attività di Guggenheim Intrapresæ, ha aggiunto: “il privato deve sostenere la cultura, perché senza cultura non c’è società e senza società non c’è impresa”, dando con queste poche parole sempre maggior rilievo al binomio impresa-cultura, che ricopre oggi un ruolo più che mai decisivo nella crescita di un Paese.

Le aziende illuminate che fanno parte di questo entourage hanno saputo ben raccogliere l’invito e trasformarlo in motore, come ha affermato infatti a *Pambianco Design* Stefano Torrenti, AD di Florim: “La ricerca della bellezza e l’istinto creativo che si fonde con la passione, l’abilità manuale e l’innovazione tecnologica sono parte integrante del DNA di Florim. Questo approccio si incontra perfettamente con il progetto Guggenheim Intrapresæ – di cui facciamo orgogliosamente parte – e si concretizza in una collaborazione che promuove attivamente un patrimonio artistico di straordinaria bellezza, unico nel mondo dell’arte moderna e contemporanea. La nostra partnership con la Collezione Peggy Guggenheim ha l’obiettivo di sostenere e creare cultura, anche attraverso eventi che promuovono il concetto del bello ai nostri interlocutori.”

Se da una parte quindi, le aziende, definite ‘fabbricatori

di cultura’ da **Philip Rylands**, Direttore della Collezione Peggy Guggenheim, fanno da nutrimento e supporto, allo stesso modo, con il suo venticinquesimo compleanno, Guggenheim Intrapresæ, che dà vita a un proficuo Rinascimento contemporaneo, e che ha una lunga storia alle spalle, si fa ancora più solido diventando un brand: “Siamo stati sollecitati da stimoli più o meno spontanei e abbiamo pensato fosse il momento di fare un passo ulteriore, perché alle nostre aziende piace essere associati al nome della Collezione Peggy Guggenheim e Guggenheim Intrapresæ non è più solo un progetto” ha precisato infine la Arceci, sottolineando così la volontà di crescere numericamente come aziende nell’arco di quest’anno e di consolidare la propria reputazione, assumendo il ruolo di faro e di esempio di buona pratica su scala internazionale.



Sopra, Chiara Arceci, Manager for Corporate Development and Advisory Board relations della Collezione Peggy Guggenheim

In alto, immagini del Museo Peggy Guggenheim di Venezia e delle sale interne



# Green RE-EVOLUTION

di Paola Cassola

*IL BRAND DI INTERIOR  
VISIONNAIRE PORTA AL SALONE  
UN NUOVO CONCETTO DI LUSO  
CHE PONE AL CENTRO L'ETICA.  
IL CUORE DELLA COLLEZIONE  
SARÀ IDEALMENTE E  
MATERICAMENTE GREEN.  
LE AMBIENTAZIONI  
ALTERNERANNO VEGETAZIONE  
E DIGITALE, ALL'INSEGNA DELLA  
CONTEMPORANEITÀ.*

**D**agli spazi fieristici di Rho allo showroom di Piazza Cavour 3, Visionnaire, dopo aver chiuso il 2016 con la migliore performance di fatturato degli ultimi 11 anni, a 42 milioni di euro (e punta ai 50 per il 2017), partecipa alla design week milanese con numerose proposte firmate da Steve Leung, Alessandro La Spada, il duo Maurizio Manzoni e Roberto Tapinassi e dall'architetto Mauro Lipparini, oltreché dall'ufficio stile della Maison. "Quest'anno siamo al padiglione 5 con uno stand di maggiore metratura, raggiungiamo gli 800 metri quadri, e dalla migliore visibilità - esordisce l'art director della maison Eleonore Cavalli -. Lavoreremo su uno spazio a doppio livello per ospitare al primo piano momenti di incontro con i nostri clienti e di formazione attraverso master class". Il concept riprende quello che è un processo avviato tre anni fa dall'azienda in collaborazione con Steve Leung, la cosiddetta 'Re-evolution', una riflessione sul nuovo significato della parola 'lusso'. I valori emersi parlano di una preziosità che trascende il prodotto e la manifattura a favore di una dimensione omni-comprendensiva che si estende all'intero processo della catena

aziendale. “Un’azienda - prosegue Cavalli - può definirsi operante nel lusso quando garantisce e rispetta determinati canoni di etica del lavoro e di valorizzazione delle risorse umane. In quest’ottica diventa strategico dove si produce e il rapporto con i partner/fornitori. Una partnership virtuosa tesa all’investimento su persone e strumenti per creare una catena di valore che attraversi l’Italia”. A livello progettuale il brand, posseduta al 65,55% dal fondo Ergon Capital, il 18,45% è in mano alla famiglia Cavalli, il 12% è di Alto Partners e il 4% è di Daniele Selleri, interpreta lo spazio ispirandosi al tema ‘Greenery’, non più solo Pantone dell’anno ma simbolo di un riavvicinamento alla natura, alla ricerca del benessere. “Lo spazio arredato non terrà più solo conto della funzionalità ma anche del relax - spiega l’art director -, dovrà creare una sorta di isola felice che favorisca il benessere tramite l’immersione nella natura primordiale. Contrapporremo il ‘selvaggio’ al controllo e alla geometria”. Un concept definito ‘cuore verde’, riproducibile a qualunque latitudine del pianeta. “La nostra proposta - prosegue Cavalli - interpreterà in modo ‘visionario’ il dna del marchio secondo un approccio meno decorativista e più contemporaneo”. L’evoluzione stilistica, che dipende da un’attenta analisi dei mercati che ha fatto emergere questa esigenza, sarà il punto di forza di Visionnaire per proseguire l’internazionalizzazione. “Oggi vendiamo in 60 Paesi nel mondo ma vogliamo espanderci ancor di più. Il primo obiettivo di crescita sono gli Stati Uniti che ci hanno visti negli ultimi tre anni aprire due punti vendita, a Miami e a Los Angeles”. Un mercato importante che con l’elezione di Trump potrebbe prendere una deriva protezionistica con la quale anche l’arredo italiano dovrà confrontarsi. “Reagiremo in base alle nuove direttive commerciali e doganali, perché la nostra intenzione è comunque di esserci”. Uno speciale allestimento attenderà chi in città visiterà lo showroom di Piazza Cavour, dove il progetto ‘Cosmical’ vedrà uno speciale allestimento che metterà in cortocircuito il metalinguaggio digitale e la collezione indoor, con un focus sui nuovi materiali a basso



Dall’alto, ‘Barney’ mobile basso firmato dall’ufficio stile Visionnaire e il letto ‘Princess’ di Steve Leung

In apertura, ‘Babylon’ la proposta per il livingroom di Alessandro La Spada

impatto ambientale (legni da foreste certificate, gomme di origine vegetale e tessuti con matrice a fibra naturale), interpretati secondo una palette cromatica legata al mondo dei simbolismi cosmici; nella Wunderkammer infine si rifletterà sul tema del verde, con la mostra personale ‘Genesis’ dell’artista Conrad Jon Godly. Infine, saranno firmate da De Paris le ‘vetrine d’artista’ dello spazio di via Turati 2.



# I primi 60 ANNI di Abet Laminati

di Costanza Rinaldi

*PRESENTE SUL MERCATO INTERNAZIONALE DA DIVERSO TEMPO, L'AZIENDA PIEMONTESE ABET LAMINATI SPEGNE QUEST'ANNO 60 CANDELINE, CONFERMANDOSI TRA LE PIÙ IMPORTANTI REALTÀ PRODUTTRICI DI LAMINATI PLASTICI DECORATIVI.*

**E**ra la fine degli anni '50 quando a Bra si aprivano i battenti di una fabbrica che avrebbe cambiato il modo di progettare l'interior design e non solo. L'invenzione del laminato infatti si è dimostrata fin da subito una realtà all'avanguardia decisiva nella progettazione degli arredi ma anche delle grandi costruzioni, tanto che solo 15 anni più tardi Giò Ponti lo definì uno "straordinario materiale per l'architettura, il primo non legato alla natura ma elaborato dall'uomo". La naturale inclinazione aziendale a dare forma alle culture contemporanee si è concretizzata nel corso degli anni nelle tantissime collaborazioni con alcuni dei nomi più significativi e iconici del design italiano e internazionale. Giorgetto Giugiaro, Ettore Sottsass, Alessandro Mendini, Mario Bellini, Enzo Mari, Joe Colombo, Francois Burkhardt, Paola Navone, Karim Rashid, Konstantin Grcic, Ugo Nespolo, Giulio Iacchetti e molti altri. Una menzione speciale va fatta alla straordinaria apertura dell'azienda che ha sostenuto sul finire degli anni Settanta il gruppo Alchymia e poi Memphis nei primi

anni Ottanta, vere e proprie rivoluzioni di stile e di visione che hanno fatto la storia del design internazionale.

“Abet si è distinta sempre per il livello d’immagine e comunicazione, innovazione e ricerca. Ci siamo sempre rivolti a designer e architetti, perché pensiamo che sia questa la chiave di volta” ha dichiarato Alessandro Peisino, Direttore Marketing e Comunicazione di Abet Laminati a Pambianco Design. Ed è proprio grazie a questo approccio che il laminato ha assunto nel corso delle decadi, una propria identità, distinguendosi dagli altri materiali artificiali e permettendo ai designer e agli architetti continue nuove reinterpretazioni. L’animo internazionale dell’azienda l’ha portata ad essere presente e solida su diversi mercati, come racconta Peisino: “Fino a pochi anni fa, lavoravamo molto con tutto il Nord Europa, il cosiddetto Benelux, oggi ormai c’è un’apertura tale che ci porta ad essere molto forti in Centro America e in Sud America, così come negli Stati Uniti e in Canada, sta andando molto bene la Francia e stiamo entrando in Russia con certificazioni specifiche. Siamo presenti con delle consociate e con un sistema di stoccaggio che ci permette di velocizzare i tempi. Dall’altra parte, il mercato asiatico risulta essere invece molto complesso, anche se ci siamo da 20 anni. Oggi c’è una competizione più accesa con le nuove aziende locali che hanno prezzi molto più contenuti. In quell’area lavoriamo su progetti speciali e diversifichiamo il nostro know-how”.

Oggi l’azienda, che ha chiuso il 2016 con un fatturato di 175 mln di Euro (di cui 65% estero e 35% in Italia), ha una produzione pari a 25 mln di mq all’anno, è 100% made in Italy, è presente in ben 93 paesi e si accinge a festeggiare i suoi primi 60 anni di attività. Un traguardo sicuramente importante che vedrà la sua massima espressione nell’esposizione temporanea in Triennale prevista durante la settimana del design curata e ideata da Paola Navone, art director dell’azienda. Costruita secondo un percorso storico, la



Alessandro Peisino

In alto, facciata esterna del Residence Tassin, sotto una delle sale del Museo Abet e affianco Alessandro Peisino

In apertura, vista dello stand Abet Laminati all’ultima edizione di MADE Expo con i prodotti Polaris e MEG Digital



mostra ripercorrerà le 6 decadi della storia di Abet raccontandole attraverso i prodotti e le loro evoluzioni, portando in scena un pezzo della storia del design, come succede nel Museo Abet Laminati, aperto nel 2013 a Bra, dove sono esposti 134 pezzi storici realizzati in laminato. “Nell’occasione della mostra presenteremo anche una nuova app che abbiamo sviluppato che permetterà ai progettisti di creare la propria stampa digitale, combinando i diversi layers della collezione” ha anticipato Peisino. Durante l’ultima edizione del MADE invece, l’azienda ha presentato le ultime novità sia sul fronte exterior come il MEG (Material Exterior Grade), ideato espressamente per le facciate ventilate che l’Abet Digital, un’ulteriore evoluzione della stampa digitale, che l’azienda ha lanciato per prima sul mercato più di 20 anni fa. “Per l’interior oggi stiamo puntando tutto su Polaris, un nuovo materiale rivoluzionario caldo e morbido, resistente ai graffi, anti-impronta, frutto della ricerca stilistica e tecnica che portiamo avanti in azienda fin da principio” ha continuato Alessandro Peisino. La tendenza generale, sia nei cromatismi che nelle texture, è un

ritorno alla naturalità della pietra e questo cambio di rotta se prima ha interessato le pareti interiori ora trova largo mercato anche sulle pareti esterne con 15 mln di combinazioni tra texture, decori, spessori e formati.

Si può dire quindi che non esista più un unico core business per il laminato, perché oggi è un materiale applicato non più solo alla nicchia originaria (la cucina), ma è presente su treni, ospedali, navi, facciate, pavimenti, boiserie, tavoli: “Noi stiamo investendo in particolar modo sulle facciate ventilate che è un settore in netta crescita aiutato dalle normative edilizie e dalle normative sul consumo energetico, - ha affermato Peisino continuando - lavoriamo in questo senso soprattutto nel contract ma anche nel privato, e nascono progetti sempre più interessanti che vanno oltre il discorso decorativo e che ci vengono direttamente commissionati dai progettisti”. In questo senso infatti il percorso tra l’azienda e i designer o architetti si è fatto sempre più circolare e le suggestioni che nascono diventano elementi fondamentali per proseguire la ricerca in azienda verso nuovi materiali e nuovi prodotti.

In alto, vista esterna della Triennale Museum a Incheon, in Corea del Sud inaugurata nel 2009

# ILVA FRAGRANCE

## Vernici per legno profumate



**Immaginate, aprendo un guardaroba, un armadio o un cassetto, di percepire una delicata fragranza diffondersi nell'ambiente e trovare la biancheria riposta permeata dallo stesso leggero e gradevole profumo; senza utilizzare sacchetti profumati, da sostituire spesso, o spray, diffusori, incensi od oli essenziali potenzialmente pericolosi a causa delle sostanze emesse!**

I Laboratori di Ricerca e Sviluppo del Gruppo IVM hanno studiato una particolare vernice all'acqua per legno, capace di rilasciare lentamente la profumazione preferita.

Sono disponibili le profumazioni a lunga durata Lavanda, Fragola, Sandalo, Cannella, Mela verde, Vaniglia e Gelsomino. Possono inoltre essere richieste altre essenze personalizzate.



**ILVA**

**vernici per legno**

AN **ivm** Chemicals BRAND  
coatings & polymers technologies

Seguici su



**IVM Chemicals srl**

V.le della Stazione, 3 - 27020 Parona (PV) Italia  
tel. +39 0384 2544.1 - [ilva@ilva.it](mailto:ilva@ilva.it) - [www.ilva.it](http://www.ilva.it)

Saremo presenti al **FUORISALONE** dal 4 al 9 aprile  
Spazio Forbuonaparte 60, Milano



LA NUOVA RANGE ROVER  
VELAR, PRESENTATA AL DESIGN  
MUSEUM DI LONDRA, ARRIVA  
A MILANO, IN ANTEPRIMA  
NAZIONALE E CONFERMA  
LA PIÙ GRANDE AZIENDA  
AUTOMOTIVE INGLESE COME  
LEADER NEL DESIGN E NELLA  
TECNOLOGIA.

# JAGUAR LAND ROVER, QUANDO IL DESIGN È IL CORE BUSINESS

di *Costanza Rinaldi*

**È** stato un anno decisamente positivo per **Jaguar Land Rover** Italia che ha registrato un incremento nelle vendite del +33,3% rispetto all'anno precedente, con 21.576 unità vendute. Ma non basta. Oltre alla Discovery Sport, con circa 7.200 vetture immatricolate, e lo straordinario apprezzamento riscosso negli ultimi anni da Range Rover Evoque, si aggiunge ora alla famiglia delle Range Rover, la nuovissima **Range Rover Velar**. Presentata a marzo al Design Museum di Londra, arriva a Milano in anteprima nazionale proprio durante la Design Week, a dimostrazione del felice e stabile rapporto tra la maggiore casa automobilistica del Regno Unito e il settore del design. "Siamo un'azienda riconosciuta per l'elevata leadership nel design e per la forte integrità negli aspetti ingegneristici. Questo è il mix vincente di Land Rover" ha affermato a *Pambianco Design* **Massimo Frascella**, Creative Director Exteriors Land Rover Design.

Caratterizzato da un design intenso, elegante e dalle linee pulite e raffinate, questo nuovo modello è stato progettato per posizionarsi tra la Range Rover Evoque e la Range Rover Sport, portando tutto il settore a un nuovo livello di lusso e di modernità. **Amy Frascella**, Chief Designer Colour and Materials Land Rover Design, ha infatti dichiarato a *Pambianco Design*: "L'automotive sta correndo molto veloce verso il futuro e si sta vivendo un cambiamento epocale,



Amy Frascella



Massimo Frascella





penso alla guida autonoma, ai motori elettrici e penso che tra non molto le automobili non verranno più utilizzate come adesso e dunque il design diventerà sempre più importante e caratterizzante”.

Con questo approccio decisamente all'avanguardia, ma allo stesso tempo ben consapevole dello straordinario passato che la caratterizza, Jaguar Land Rover è oggi uno dei leader più influenti sul mercato internazionale ed è capace di ispirare l'intero settore, anticipando alcune scelte nella progettazione. “Oggi progettiamo in maniera completamente differente dal passato - ha confermato in questo senso Massimo Frascella - viene data la stessa profonda importanza al rispetto dei parametri ingegneristici e tecnici, così come all'importanza di un design complessivo, per gli esterni e gli interni, che sia attraente e accurato. Ed è per questo che il nostro mercato si sta ampliando moltissimo, perché la riuscita del design è l'elemento che collega il nostro lavoro di progettisti con il cliente finale”. I numeri effettivamente parlano chiaro: con una ripresa in Cina del +36% rispetto all'anno precedente, il record di vendite sul mercato locale inglese e un ottimo posizionamento anche in Nord America e in Europa, l'azienda è riuscita a distinguersi all'interno del panorama dell'industria del lusso. E se di lusso si parla, oggi, non si può evitare di coinvolgere anche un'inclinazione generale verso l'high-tech e la sostenibilità che in questo modello Velar sono eccellentemente rappresentati dalla collaborazione con **Kvadrat**, azienda tessile danese considerata il maggior produttore di tessuti pregiati in Europa, che ha spinto i



In queste pagine, viste interne ed esterne del nuovo modello Range Rover Velar

In apertura, il nuovo modello Range Rover Velar in produzione

confini del textile design automobilistico un po' più in là, progettando il tessuto sostenibile Dapple Grey. “Siamo felicissimi di questa collaborazione, perché Kvadrat è un'azienda eccezionale nella produzione di tessuti, che riesce ad andare oltre, creando sinergie nuove con artisti e designer internazionali, producendo materiali di elevatissima qualità. Quando abbiamo pensato agli interni della Velar ci è venuto spontaneo pensare a loro per trovare un'alternativa alla pelle” ha sottolineato Amy Frascella a *Pambianco Design* che ha poi proseguito affermando quanto sia importante oggi progettare un ambiente confortevole all'interno degli abitacoli, quasi come a voler ricreare l'atmosfera residenziale di un salotto. “Questa collaborazione è un'altra dimostrazione del nostro essere leader nel design. Il panorama sociale di oggi sta cambiando e noi pensiamo di agire correttamente e aprire la strada ad altre aziende che seguiranno questo nostro stesso percorso” ha concluso infine Massimo Frascella.

made in Italy by Arpa Industriale

# Soft. Strong. Smart.

Interiors have a new material. Since 2013.

With low light reflectivity, its surface is extremely opaque, anti-fingerprint and features a very pleasant soft touch. FENIX NTM is suitable for different interior design applications: kitchen, hospitality, healthcare, transportation, bathrooms, furniture (tables, bookshelves, partitions, chairs).

**FENIX** NTM<sup>®</sup>

fenixntm.com

NANOTECH  
MATT MATERIAL  
FOR INTERIOR DESIGN



First Prize  
Design Category



Best Design  
Material



Best of the Best



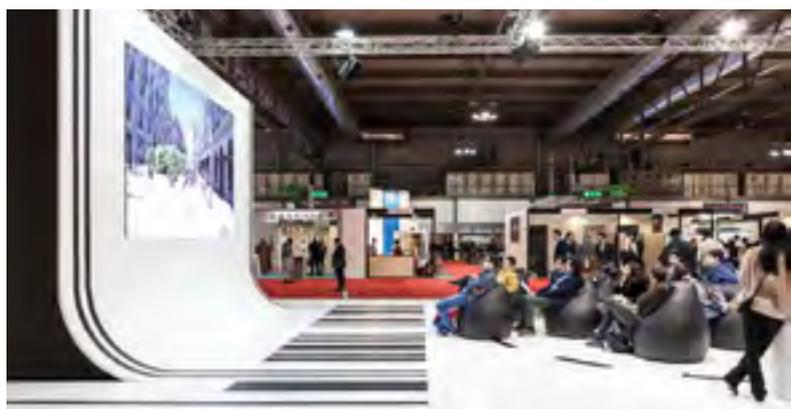
New Product  
Award



Honourable  
Mention ADI  
Compasso d'Oro 2016



Product  
Best of the Best



L'OTTAVA EDIZIONE CHIUDE CON UN GRANDE SUCCESSO CHE HA VISTO UN'AFFLUENZA PARI A 11MILA PARTECIPANTI, TRA DESIGNER, ARCHITETTI, GIORNALISTI E PROFESSIONISTI DEL SETTORE. UNA FIERA RICCA DI NOVITÀ MA ANCHE CON AMPIO SPAZIO LASCIATO ALLA RICERCA E ALL'INNOVAZIONE.

# MADE EXPO, PROGETTUALITÀ E RICERCA

di *Costanza Rinaldi*

I numeri dell'ultima edizione del **Made expo** non lasciano spazio a dubbi. Con una partecipazione di 1.060 espositori distribuiti su un'area totale di 52mila mq, la fiera dedicata ai mercati dell'architettura e dell'edilizia ha visto la presenza di 11mila partecipanti con una percentuale internazionale del 12%. Un successo che ha confermato l'importanza di questa fiera, pur in un contesto economico ancora non completamente brillante, come ha sottolineato **Roberto Snaidero**, presidente Made Eventi, che ha affermato: "In questa edizione, è stato vincente anche il supporto di Agenzia ICE e del suo presidente Michele Scannavini, che ha ulteriormente rafforzato la componente internazionale di una fiera diventata in sole otto edizioni un punto di riferimento sia per gli operatori stranieri interessati al mercato italiano sia per le realtà nazionali desiderose di aprirsi ai nuovi mercati".

Caratterizzata da un clima rilassato, l'aria che si respirava nei padiglioni era di elevato interesse e grande qualità dell'offerta merceologica. Pienamente soddisfatta **Pratic**, azienda friulana per arredi outdoor che ha presentato in anteprima nazionale T- Project. Della stessa opinione anche **Abet Laminati**, leader nella produzione di laminati: "Per noi il MADE è una tappa importante soprattutto quest'anno che festeggiamo 60 anni di attività" ha dichiarato Alessandro Peisino, Direttore Marketing e Comunicazione dell'azienda a *Pambianco Design*. Stand affollati di professionisti, designer e architetti anche da **Sistemi RasoParete** e **Fantoni**, dove Rosita Venturini, Communication and Media Relations Manager, aveva registrato





già nei primi due giorni un'ottima affluenza. Christian Benini, founder e art director di **Wall&Decò** si è unito al coro dichiarando a *Pambianco Design*: “Abbiamo rinnovato anche quest'anno, con soddisfazione, la nostra partecipazione a Made Expo perché è una fiera molto qualificata nel panorama nazionale, con un target mirato di architetti e professionisti del settore. Proprio per questo ci offre l'opportunità di presentare anche prodotti dal forte contenuto tecnico ed è quindi una vetrina completa sulle proposte Wall&Decò”.

Made expo in questa edizione si è fatta anche incubatore di progetti culturali e di ricerca. Tra le tante proposte: Real Architecture, l'evento che ha spinto gli architetti a diventare videomaker e far scoprire il loro Made, l'installazione Mood Boards firmata dall'architetto Marco Piva, oppure MadeContract, una serie di conferenze sui temi attuali di hospitality e real estate con particolare attenzione ai mercati più promettenti (Cina, Russia, Iran, Medioriente, Uk, Usa), fino a BuildSmart che ha fatto sì che il mondo della produzione si confrontasse con quello della ricerca, della progettazione e della gestione degli edifici secondo i parametri di sostenibilità e innovazione.

FederlegnoArredo quest'anno ha deciso di sostenere e lanciare anche un progetto culturale generato da una ricerca condotta sull'**architettura per l'infanzia: Carousel for Life**, ideato dalla giovane Valentina Fisichella. Il ruolo del design nella progettazione per l'infanzia infatti è di fondamentale importanza per l'architetto che mira a ridefinire i criteri qualitativi di progettualità che definiscono la produzione aziendale, ponendo i bambini al centro. “Credo sia giunto il momento di un cambio di prospettiva, occorre che tutti gli attori della filiera, progettisti, aziende, istituzioni, aprano finalmente gli occhi su un settore davvero dimenticato dal nostro Paese” ha dichiarato la Fisichella a *Pambianco Design*. Secondo l'architetto l'Italia è in netto ritardo rispetto ad altri Paesi europei perché non esistono ad oggi né una legislazione che porti a una corretta progettualità e uso dei materiali, né standard per la qualità degli spazi abitati dai più piccoli. “Il design made in Italy ha tutte le carte in regola per questa epocale rivoluzione, ma serve il sostegno delle istituzioni e della politica, unitamente alla sensibilità dei progettisti e alla imprenditorialità illuminata delle aziende”

ha aggiunto l'architetto a *Pambianco Design*. Con questa puntata zero, il progetto si è concretizzato in un'installazione attorno ad un elemento peculiare, la giostra, che raffigura lo spirito dell'iniziativa e che permarrà come filo conduttore garantendo la riconoscibilità e la continuità del progetto: “ho voluto una giostra a dominare l'installazione, perché è il simbolo che appartiene inequivocabilmente all'immaginario ludico di ciascuno di noi, rappresenta il movimento continuo e sempre gioioso dell'infanzia; è l'elemento emblematico dell'iniziativa, che parla a noi adulti con il linguaggio immediato e colorato dei bambini, persino nelle icone simbolo dei 5 ambiti di approfondimento (school, healthcare, home, public space, hospitality)” ha infine concluso la Fisichella, sostenuta da FederlegnoArredo nell'intento di innescare una nuova reattività che possa creare e aprire nuove prospettive coinvolgendo tutti gli attori della filiera.



In alto da sinistra, Mood Boards dell'architetto Marco Piva, un momento di Real Architecture, l'ingresso alla fiera e l'installazione Carousel of Life, ideato dall'architetto Valentina Fisichella.



## Lixio<sup>®</sup>, il Microterrazzo Ideal Work.

Con Lixio si rinnova la grande tradizione italiana dei pavimenti alla Veneziana. Oggi grazie a Ideal Work il Seminato Veneziano ritorna con un rivestimento decorativo moderno ed innovativo: bastano 5 mm di spessore per creare un'originale pavimentazione continua e priva di fughe, composta da graniglie di marmo esclusive che possono dare vita a realizzazioni originali in svariate combinazioni di cromie e finiture.

ideal  
**WORK**

[www.lixio.com](http://www.lixio.com)  
[www.idealwork.it](http://www.idealwork.it)



# Panzeri, **LUCI** orientate all'oggi

di Paola Cassola

**C**ompie 70 anni la storica azienda di illuminazione Panzeri. Nata dall'istinto imprenditoriale di Carlo Panzeri e della moglie Irene, oggi l'azienda è in mano alla seconda generazione con Enzo, l'architetto dedito alla progettualità e all'ingegnerizzazione di prodotto e con Norberto e Simonetta rispettivamente impegnati nelle divisioni 'Ricerca e Sviluppo' e 'Finanza e Bilancio'. La terza generazione, con Federico (figlio di Norberto) in prima linea, sta già iniziando a muovere i primi passi in azienda. "Siamo partiti dalla Brianza - esordisce **Simonetta Panzeri** - per diventare sempre più internazionali. Ad oggi l'export rappresenta il 45% del nostro fatturato che nel 2016 si è

attestato a 9,5 milioni di euro (+17% sul 2015) e che prevediamo crescerà a doppia cifra anche quest'anno". L'intenzione è potenziare i mercati stranieri e proprio in questa direzione va letta la recente inaugurazione di uno showroom a Monaco di Baviera che ha compreso l'avvio in loco della società Panzeri&Partners per la distribuzione del brand sul mercato tedesco. Lo spazio integra le lampade Panzeri ad arredi di marchi internazionali per creare ambientazioni di ispirazione per gli architetti, tra le proposte esposte anche la pluripremiata **Jackie** (Good Design Award 2015, iF Design Award 2016 e German Design Award 2016) e la famiglia dei **Rings** che ha ricevuto una menzione speciale al German



In questa pagina dall'alto, lampada Jackie in titanio e nuovo logo

In apertura, lampada Golden Ring e Simonetta Panzeri

Design Award 2017. L'azienda crede in una crescita sostenibile, tesa all'incremento della produzione ma conscia della necessità di dover investire a livello immobiliare e in nuove tecnologie. Da dieci anni Panzeri ha un magazzino robotizzato, il taglio laser e le piegatrici computerizzate, quando ancora non si parlava di Industria 4.0 soprattutto nel settore dell'illuminazione e per le imprese di piccole e medie dimensioni. "Abbiamo capito presto quanto fosse importante la tecnologia applicata alla produzione per ottimizzare le tempistiche e personalizzare in tempo reale i prodotti. Facciamo una sorta di bespoke nelle lampade". Sul fronte progettuale, l'innovazione tecnologica è il focus del brand che punta a rendere trasversale il suo target di riferimento sfruttando la comunicazione digitale e i social network. "Vogliamo essere orientati all'oggi - chiosa l'imprenditrice - e la terza generazione ci ha aiutato molto ad allargare i nostri orizzonti in questo senso". Tradizione quindi ma anche contemporaneità per Panzeri che in occasione dell'anniversario si rinnova a partire dal logo e dal claim **'We make light'** che racconta la filiera dell'azienda: "E' l'esemplificazione del nostro 'saper fare' - tiene a sottolineare Panzeri -, noi siamo produttori dalla materia prima al prodotto finito". In fiera l'azienda sarà presente ad Euroluce con uno stand di 400 metri quadri sviluppato su

due piani il cui ingresso incuriosirà il visitatore grazie a una serie di quinte che accenneranno al contenuto senza svelarlo, disegnato dall'architetto Carmen Ferrara. Entrando si vivrà un'esperienza multisensoriale all'insegna della domotica, con l'applicazione della luce all'iot (internet of things).

"In fiera presenteremo la lampada **Jackie IoT** che, oltre alla regolazione tramite Touch Dim, integra la versione stand alone di dimmerazione usando l'App di Panzeri su smartphone o tablet. Grazie al sensore e al modulo Bluetooth integrato nella lampada sono disponibili le funzioni di rilevamento presenza, accensione programmata e rilevamento di luminosità/temperatura/umidità all'interno dell'ambiente. Queste integrazioni tecnologiche permettono a Jackie IoT di essere abilitata ad interagire e diventare fulcro di un sistema di Building Automation nato per garantire il massimo risparmio energetico in ambienti direzionali. Ogni apparecchio Jackie IoT funziona da ripetitore wireless creando una rete mesh e garantendo la regolazione automatica ed il controllo (luci, temperatura, tapparelle) di vari ambienti". Questo concetto di luce applicata a un sistema di automazione al momento è pensata per l'ufficio ma si estenderà anche al residenziale e all'hospitality.

# Fast presenta l'**OUTDOOR** disegnato dallo Studio Lievore Altherr



di Paola Cassola



C'è aria di novità in casa **Fast** che alla prossima edizione del Salone Internazionale del Mobile presenterà, su idea e progetto dell'architetto argentino **Alberto Lievore**, una collezione completa caratterizzata da un materiale innovativo in grado di ricreare un piacevole effetto legno. E' riciclabile e di facile mantenimento, da qui l'estrema applicabilità anche in ambito urbano nonché l'ampio margine di sviluppo.

"Sono molto soddisfatto dell'idea madre dalla quale si dipanerà l'intera proposta - dichiara Lievore a *Pambianco Design* -, ne presenteremo in anteprima una selezione durante la design week all'interno dei padiglioni fieristici dove saremo presenti con uno stand di 150 metri quadrati perché riteniamo che il Salone sia la migliore finestra internazionale per il design e un ottimo momento di business. In fiera, infatti, si crea il contatto, si incuriosisce. Poi, fuori, i visitatori (architetti o buyer) riflettono sul prodotto con la documentazione tecnica in mano. Credo che le nostre novità per il modello abitativo avranno successo soprattutto in Europa e Asia. Sia in ambito contract che residenziale".



Ad aprile, l'architetto insieme a Fast, lancerà una proposta lounge che comprenderà tavoli, sedie e divani, ma che vedrà una extension agli accessori come passo successivo. Tra le novità del brand, la collezione **Zebra** propone una serie completa di arredi per l'outdoor che integra progetti differenti grazie alla capacità dell'alluminio di armonizzare le forme e dialogare al contempo con gli altri materiali e prevede sedute dalle linee essenziali e tre differenti tipologie di poltrone lounge, caratterizzate da un rivestimento in pelle e dalle cuciture a contrasto. A completare l'ambiente, una famiglia di tavoli, personalizzabili per struttura, materiale, forme e dimensioni, dal classico tavolino da caffè ai tavoli contract, fino al tavolo regolabile Up&Down che racchiude più usi in un'unica soluzione. **Moai** è una famiglia di tavoli rettangolari, quadrati o tondi, realizzati per creare versatili abbinamenti con tutte le sedute della produzione Fast. Progettati in tre differenti varianti i piani sostenuti dalla struttura, leggera e resistente, sono disponibili in alluminio verniciato, pietra o effetto legno. **New-wood plan**, invece, propone una serie di sedute che spaziano da chaise longue a divani essenziali tutte corredate di morbidi cuscini di tessuto. A completare l'ambiente, una panca da giardino, due tavoli bassi, un tavolo da pranzo e un tavolo bar. "In nome della logica attuale di flessibilità dei luoghi e di multipla funzionalità degli spazi secondo la quale non esistono più spazi rigidi ma tutto deve essere dinamico, arrederemo un'area che può ospitare sia i momenti di relax che i brunch".

Obiettivo è distinguersi dalla tradizionale comunicazione monotematica dell'outdoor che vede un'ambientazione limitata al bordo piscina o alla terrazza, con un tipo di vendita stagionale. Lo storytelling che interessa all'azienda vede un contesto più ampio che parte dal concetto matrice 'Four seasons', ovvero vivere en plein air tutto l'anno, per soddisfare il desiderio di vivere l'outdoor anche con climi freddi. La praticità sarà il fattore base della proposta che non vedrà solo il legno protagonista ma anche l'alluminio e i materiali plastici per garantire caratteristiche auto-drenanti alle imbottiture e rivestimenti impermeabili e anti-macchia alla pelle trattata. "L'abbinamento legno/pelle - confida il creativo - è di ispirazione africana".

In questa pagina in senso orario, illustrazione acquerellata del divano e tavolino effetto legno con gambe in alluminio verniciato. Poltrone lounge extra-large con rivestimento, gambe in alluminio verniciato. Collezioni New-wood plan e Zebra. Sedia con braccioli in alluminio verniciato della collezione Zebra. Tavolo tondo con gambe e piano in alluminio verniciato della collezione Moai

In apertura, rendering della poltrona a dondolo con schienale alto e rivestimento, gambe in alluminio verniciato e slitte in iroko. Collezione Zebra e Alberto Lievore e Jeanette Altherr dello Studio Lievore Altherr

"Quello che conta per noi - prosegue l'architetto - è l'armonia tra oggetto e contesto, sia esso urbano o selvaggiamente naturale. Anche i colori vanno in questa direzione: useremo colori naturali come il 'terra'. Lievore è contrario alla pretesa puramente estetica di creare arredi utilizzabili indoor e outdoor data la profonda diversità di materiali necessari: "Le specificità sono profondamente diverse, dalla leggerezza essenziale dell'outdoor che vuole l'alternarsi di pieni e di vuoti che lascino filtrare l'aria, al calore intrinseco degli arredi per l'indoor".

Lievore collaborerà anche con altre aziende per il Salone, con Arper della quale è partner da oltre 15 anni sta sviluppando una famiglia di divanetti e poltrone che andranno ad affiancare i prodotti già a catalogo, con i quali si armonizzeranno stilisticamente. E ancora, tra i padiglioni Lievore sarà presente con alcuni prodotti allo stand di Verzelloni mentre al Fuorisalone sarà con Milledue all'interno del rivenditore Breda Store nello storico Design District.



# Mini Living - Breathe, il lato GREEN dell'ABITARE

**M**ini rafforza il suo legame con il design d'interni, pronta a conquistare il pubblico del Salone del Mobile con l'installazione Mini Living – Breathe, realizzata in collaborazione con il team di architetti So-Il di New York. I visitatori del Fuorisalone di via Tortona 32 (Torneria) a Milano, avranno la possibilità di vedere l'installazione dal 4 al 9 aprile 2017.

Mini Living – Breathe, interpretazione di un modo cosciente di vivere gli spazi, dimostra come l'architettura possa rispondere in modo creativo alle sfide future, con spazi sempre più contenuti e risorse limitate nelle aree urbane. L'installazione occupa uno spazio largo cinque metri e alto dieci, ideale per tre persone, dando vita a una casa che è un vero e proprio ecosistema attivo, il cui contributo all'ambiente va ricercato nell'utilizzo intelligente di risorse essenziali come l'aria, l'acqua e la luce. Il rivestimento esterno trasparente filtra l'aria e inonda lo spazio di luce naturale tale da assicurare un ambiente interno luminoso e piacevole. Inoltre un giardino pensile, con piante rigogliose che producono ossigeno, contribuisce a migliorare l'aria e il microclima urbano. Sul tetto, una costruzione intelligente raccoglie l'acqua piovana per permetterne il riutilizzo. Per la struttura sono stati impiegati materiali riciclabili. "L'attenzione di Mini per l'ambiente e la sostenibilità – ha raccontato a Pambiancodesign Federico Izzo, head di Mini Italia – è un tema alquanto attuale, poiché a breve arriverà la prima vettura ibrida Plug in, la Mini Cooper S E Countryman All4, ovvero una vettura dalle prestazioni sensazionali, 224cv tra

motore termico e motore elettrico, ma dai consumi ed emissioni ridotti." Breathe è la terza installazione realizzata all'interno del progetto Mini Living, un'iniziativa creativa e di condivisione di idee lanciata da Mini nel 2016 e che punta a proporre strutture architettoniche innovative per gli ambienti urbani del futuro. L'anno scorso, Mini Living ha presentato concetti visionari ed innovativi relativi agli spazi urbani dedicati alla condivisione della vita quotidiana, del tempo libero e del lavoro attraverso le installazioni Mini Living – Do Disturb, al Salone del Mobile di Milano 2016, e Mini Living – Forests, al London Design Festival. Quest'ultimo, composto da tre installazioni firmate da Asif Kahn, ambiva a creare, in diversi luoghi della capitale inglese, una dimensione green, ispirata alla sharing economy, in cui potersi connettere con il mondo e lavorare in sinergia con gli spazi circostanti.

I vari progetti sviluppano l'idea base che muove Mini fin dalla fondazione del marchio: rendere più 'vivibile' la vita in città. Già nel 1959 il marchio del gruppo Bmw si interrogava sul problema della mobilità urbana a prezzi accessibili. La soluzione fu una vettura che offriva eccellente utilizzo e massimo piacere di guidare, occupando però uno spazio minimo nella circolazione stradale. Già allora Mini dimostrava che anche una piccola auto può essere performante, improntando generazioni di mobilità urbana individuale. Mini Living traspone l'essenza del marchio a nuove dimensioni di vita fuori della vettura, aprendo massime opportunità in uno spazio minimo.

# tendence



new seasons ahead.

be first.

24 – 27. 6. 2017

Le novità internazionali dell'interior design e degli articoli da regalo per la stagione autunno / inverno e primavera / estate in esposizione a Francoforte già nel mese di giugno dal 2017.

Per maggiori informazioni: [tendence.messefrankfurt.com](http://tendence.messefrankfurt.com)

new  
date

[visitatori@italy.messefrankfurt.com](mailto:visitatori@italy.messefrankfurt.com)  
Tel. +39 02-880 77 81

 messe frankfurt



*L'INTESA CON IL GRUPPO ASIATICO RED STAR E L'APERTURA DI DIECI NEGOZI IN CINA SONO IL PROLOGO DI UNA STRATEGIA DI CRESCITA INTERNAZIONALE CON LA LINEA INSPIRATION. AUMENTA IL NUMERO DI COMMESSE PER GRANDI NAVI*



# Paolo Castelli, il **CONTRACTOR** si fa brand

di *Andrea Guolo*

**P**aolo Castelli è entrato nella fase due. Dopo aver acquisito fama nel mondo del contract, entrando in progetti di spessore e visibilità internazionale come quello di Padiglione Italia a Expo 2015, del Mandarin Hotel a Milano o delle gallerie Printemps a Parigi, l'imprenditore bolognese ha iniziato l'anno partecipando per la prima volta con uno stand alla fiera di Colonia dove, racconta, il successo raccolto è stato tale da spingerlo a raddoppiare la presenza su Milano. Esporrà al Salone, con uno stand prudentemente innovativo, e anche a Euroluce con una light cathedral che promette di lasciar tutti a bocca aperta. Le novità 2017 sono lo chandelier Kali, lavorato da artigiani del vetro di Murano, e il tavolo monolite Dione affidato ai maestri della ceramica di Vietri sul Mare. Il design è tutto sviluppato all'interno.



“Con il progetto per Euroluce, mi sono davvero sentito libero di esprimere tutta la capacità innovativa dell’azienda. È stato un sacrificio importante in termini economici e di risorse, ma pensiamo di poter raccogliere grandi risultati”, auspica il fondatore e amministratore dell’azienda che porta al suo nome e che è partecipata in minoranza dal gruppo Nute Partecipazioni presieduto dall’ex proprietario de La Perla, Alberto Masotti, il quale credette fin dall’inizio nei progetti di Castelli ed evidentemente ha un certo fiuto per gli affari... Il 2016 di Paolo Castelli si è chiuso infatti con 25 milioni di ricavi, per un incremento del 25% sul precedente esercizio, derivanti per l’80% dal core business del contract e per il restante 20% dalla linea Inspiration, la collezione di mobili e luci d’alta qualità prodotta dal gruppo e inizialmente pensata come elemento d’attrazione nei confronti del cliente target, ovvero l’architetto e il progettista, ma che ora ha raggiunto quella solidità e quell’ampiezza di gamma necessarie per spiccare il salto. A testimonianza di ciò, arriva la notizia che Castelli aprirà dieci negozi monomarca in Cina entro la fine del 2018, per effetto di un accordo raggiunto con Red Star Macalline, gruppo cinese quotato alla Borsa di Hong Kong e leader nel retail di arredamento. L’intesa con Red Star prevede l’avvio di negozi monobrand della

superficie minima di 250 metri quadrati, all’interno dei quali sarà rappresentata l’intera gamma (180 articoli) del progetto Inspiration, partendo ad agosto da Pechino e Shanghai.

“Con Inspiration – spiega Castelli a Pambianco Design – abbiamo voluto esprimere uno stile contemporaneo e al tempo stesso elegante, con un’impronta forte e riconoscibile. Ci piacerebbe rappresentare nella casa qualcosa di simile a ciò che Hermès rappresenta nella moda. La qualità del prodotto è altissima e si fonda sul livello dei materiali utilizzati, sul design e sul servizio che siamo in grado di assicurare. Questi oggetti, inizialmente concepiti per attrarre la clientela di architetti e progettisti a cui ci rivolgiamo con il contract, sono ora pronti per imporsi nel mercato internazionale con proposte di ambientazioni rivolte a clienti dallo spirito libero e che vogliono superare l’omologazione in atto”. L’altra notizia riguarda la formalizzazione dell’apertura di una filiale a Parigi. Formalmente, la Paolo Castelli France è stata aperta un anno fa, ma l’avvio vero e proprio come filiale estera è avvenuto alla fine di marzo e sarà probabilmente seguito dall’opening di uno showroom. “Nella capitale francese – sottolinea Castelli – abbiamo tre progetti aperti e altrettanti sono in arrivo. Parigi e Londra sono due città dove la nostra presenza è fondamentale

In apertura, il bar del Mandarin Oriental a Milano e ritratto di Paolo Castelli,

A lato, allestimento interno della nave Queen Elizabeth (photo courtesy Fincantieri)

Sotto, novità per Salone 2017: lo chandelier Kali e il tavolo monolitico Dione



esattamente come lo è a Milano, dove disponiamo di uno showroom. La prossima mossa potrebbe riguardare l'apertura di una Castelli Ltd a Londra”.

Il contract continua a regalare soddisfazioni all'azienda, che vanta un know how di general contractor con servizio chiavi in mano. “La nostra forza? Saper gestire un cantiere dalla demolizione alla costruzione, prevenire la formazione di quelle zone grigie che indeboliscono il cliente, farsi carico delle responsabilità e saper riconoscere i propri errori, ponendovi rimedio. I clienti ci scelgono perché siamo in grado di operare il value engineering, dando risposte chiare ed efficaci sulle soluzioni estetiche ed economiche”. Il programma dei prossimi 36 mesi fa capire che non ci sarà da annoiarsi: comprende ordini per una cinquantina di milioni di euro, di cui 17 legati al business navale che Castelli gestisce dalla sede di Carrara, acquisita al tempo per presentarsi con credibilità in un settore dove è difficile operare senza strutture e spalle larghe. “La mia grande fortuna, a Bologna come a Carrara o a Milano, è stata quella di poter disporre di collaboratori capaci e in grado di offrire risposte immediate. Per quanto mi riguarda, diciamo che ho una certa esperienza anche familiare in questo settore...”

Castelli proviene infatti da una famiglia che opera nel mobile da oltre cent'anni e che ha scritto pagine di storia nei sistemi d'arredo e mobili d'ufficio, prima di essere venduta agli americani di Haworth oggi proprietari anche di Poltrona Frau group. È altrettanto fiero, però, di aver creato senza particolari aiuti il suo piccolo e ruggente impero, nato con l'attuale assetto societario nel 2011 partendo da 9 milioni a fine anno, saliti a 14,7 nel 2014, a 19,7 nel 2015 e a 25 milioni nel 2016. Quest'anno il giro d'affari dovrebbe andare oltre i 30 milioni per il contributo del contract, dove intanto continua a conquistare nuove commesse (l'ultima consegna effettuata riguarda l'allestimento degli interni del building residenziale La Petite Afrique a Montecarlo), e per l'affermazione della collezione Inspiration. L'attuale rapporto di 80% a 20% è destinato a riequilibrarsi non solo attraverso il lancio di operazioni simili a quella con Red Star in altre aree del mondo (qualcosa sta già maturando per la piazza di Dubai...), ma anche per il passaparola che si sta creando nel mercato e tra gli stessi archi-



tetti, che inseriscono i pezzi della Inspiration all'interno delle loro ambientazioni, e per l'inevitabile apertura di un secondo canale di distribuzione, rivolto questa volta al retail. “Abbiamo assunto persone dedicate al prodotto della collezione Inspiration e una struttura tecnica ad hoc. Ci sono rivenditori che hanno sposato la nostra idea di eleganza contemporanea: per ora sono showroom che scelgono singoli pezzi, ma in futuro saranno franchisor che esporranno il nostro logo all'interno dei loro negozi, esattamente come sta per accadere in Cina”.

Le prossime sfide? Dopo il successo ottenuto nel contract navale, dov'è specializzato nella realizzazione delle cabine di comando e delle aree comuni crew, Paolo Castelli punta a inserire la linea Inspiration anche all'interno delle grandi navi, dopo aver messo a segno una fornitura importante per il refitting di uno yacht da 50 metri a marchio Benetti, e intanto si prepara a entrare nel mondo delle forniture militari con allestimenti di interni per le navi della nostra Marina.

# LEATHER ADDICT



**Versalis<sup>®</sup>**  
Furniture

Progettato per essere flessibile, VersalisFurniture offre un equilibrio perfetto tra scansione, nesting, schema di taglio, taglio e scarico, qualunque sia il modello di produzione o il tipo di pelle.

Lectra supporta i trendsetters dell'arredamento

  
**Lectra**

lectra.com



# Slamp crea Design Hub, spazio da **VIVERE** e **CONDIVIDERE**

di *Andrea Guolo*

In apertura, rendering di un prospetto della facciata di Design Hub

A lato, Roberto Ziliani AD di Slamp



**U**n centro sperimentale del design alle porte di Roma, con vista sulla riserva presidenziale di Castelporziano e sul mare. Uno spazio tutto da vivere e da condividere, aperto ad altre aziende e multifunzionale. Design Hub, invenzione del patron di Slamp Roberto Ziliani, sarà soprattutto un luogo di ricerca del bello applicato al design, alla cultura e allo stile di vita.

Tutto nasce da un investimento fortunato di Ziliani, che si era assicurato un lotto libero di terreno, per un'estensione di circa ventimila metri quadrati, nell'area che ospita il designer outlet



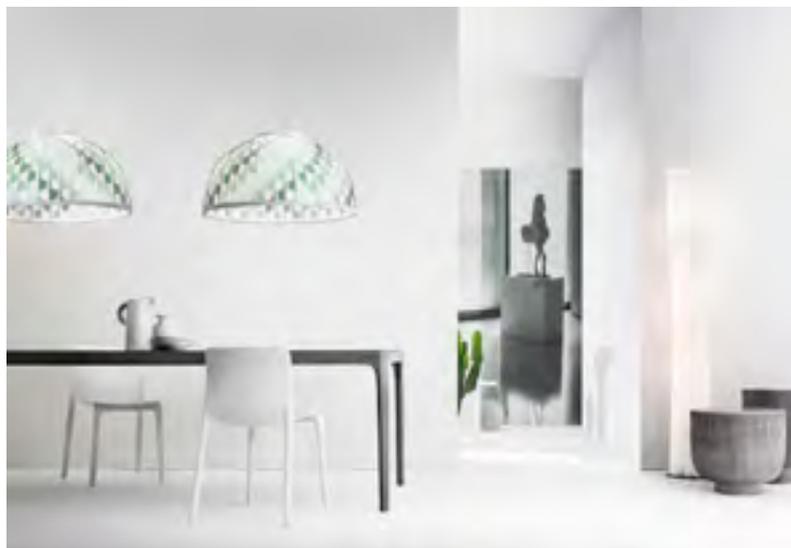
del gruppo McArthurGlen. Inizialmente concepito come sede per il reparto R&D dell'azienda romana specializzata nell'illuminazione di design, il progetto si è evoluto e trasformato via via in una connessione di spazi integrati di coworking (in collaborazione con l'ateneo romano), architettura, esposizione con specifiche aree dedicate alla cultura e alla qualità della vita. "Non volevo creare il solito showroom, chiuso e autoreferenziale", ci spiega Ziliani. "Mi sarebbe invece piaciuto realizzare uno spazio dinamico, commerciale e culturale al tempo stesso, che potesse offrire gli stimoli giusti per ragionare sul futuro. Questo sarà nel 2018, quando lo apriremo, Design Hub. Un luogo unico, di grande energia, dove le ispirazioni e la sperimentazione dei designer non saranno limitate allo sviluppo di un progetto architettonico ma anche, perché no?, a quello di piatti e ricette in uno spazio per il food a loro completa disposizione".

Ziliani non sta nella pelle, e non è il solo. L'imprenditore della luce ha coinvolto l'artista e designer Giovanni Casellato e l'architetto Thomas Selmin, che si sono appassionati all'impresa tanto quanto il suo ideatore. "A livello architettonico – racconta Selmin – il progetto nasce sulla base di tre concetti espressi a suo tempo da Roberto, il quale voleva realizzare un oggetto moderno,

di design e che in qualche modo potesse uscire dal tempo, non essere riconducibile a un preciso periodo storico. Un design contemporaneo e al tempo stesso futuribile. Il suo sogno lo abbiamo realizzato attraverso una sorta di 'pelle', ricavata da una rete in ferro che ci ha permesso di superare il concetto tradizionale di forma, ottenendo peraltro degli effetti luce che variano durante tutto l'arco della giornata. Alla notte, poi, il complesso si trasforma e si illumina come se si trattasse di una grande lampada". Il ferro fa parte del dna di Giovanni Casellato, figlio e nipote di fabbri ferrai, che di Selmin è stato compagno di studi e con il quale ora condivide progetti come questo, che iniziano quasi per gioco e poi si sviluppano uscendo dai percorsi prestabiliti. "Thomas e io siamo complementari. Lui è un tedesco razionale con momenti di imprevedibilità tutta italiana, io sono l'artista che si sofferma per ore sui dettagli. Noi due ci capiamo al volo. Quando Roberto ci ha mostrato il progetto iniziale di Design Hub, abbiamo pensato che non potesse essere il solito centro commerciale, vista anche l'unicità dello stile Slamp e la location suggestiva... Meritava qualcosa di più. Così abbiamo iniziato a ragionare sui temi dell'acqua e della luce come elementi caratterizzanti della struttura. La copertura realizzata con la rete di ferro rende molto sexy l'edificio,

quasi si trattasse di una calza femminile, e darà un imprinting a un complesso fatto di giardini, spazi espositivi e corsi d'acqua". Dal punto di vista commerciale, la vera novità di Design Hub è l'apertura ad altre aziende, utile per la sua sostenibilità economica e stimolante in termini di confronto. I primi contatti avviati da Ziliani con realtà del mobile lombarde e venete, interessate a inserirsi su Roma, sono più che promettenti. La struttura è più o meno adiacente al designer outlet di Castel Romano, in posizione strategica e ben servita, e dovrebbe diventare pertanto un luogo frequentato non soltanto da progettisti e buyer del contract, ma anche da quei clienti finali che intendono metter su casa e possono disporre di un luogo che supera l'isolamento e le barriere degli showroom monobrand. "Avremo cento metri di vetrina su strada, dove ogni azienda sarà rappresentata mantenendo la propria identità, formando un sistema integrato e logico. I nostri partner potranno esprimere la propria narrativa superando la forma del monologo, perché il luogo induce al dialogo e all'interazione. Design Hub sarà una formula di comunicazione e di vendita al tempo stesso. E il cliente, avvolto in questa atmosfera, non ragionerà soltanto in base al prezzo o alla formula promozionale offerta. Da qui uscirà tutta la forza del concetto".

In attesa dell'opening, previsto per l'autunno dell'anno prossimo, Slamp continua a fare progressi. Se il 2016 è stato il settimo anno consecutivo di crescita, da quello in corso sono attesi importanti benefici derivanti dalla riorganizzazione interna che ha riguardato soprattutto l'area vendite, mentre il 2018 sarà l'anno di Design Hub da cui Ziliani si attende la nascita di un network "esplosivo" concretizzabile entro il '19. A Euroluce, l'azienda si presenterà con un coup de théâtre, avendo affidato la progettazione dello stand all'artista e regista Bob Wilson. "Light of other worlds" è il concept sviluppato da Wilson, definito dal The New York Times come l'artista più visionario a livello internazionale, per accompagnare e raccontare le creazioni affidate da Slamp ai suoi illustri designer. In fiera saranno esposte le creazioni di Daniel Libeskind, Studio Job, Lorenza Bozzoli, Analogia Project, Zaha Hadid, Adriano Rachele, Doriana e Massimiliano Fuksas, Elisa Giovannoni, Zanini De Zanine, Pantone/Pavoncello e dello stesso Wilson. È un racconto su cosa vuol dire lavorare con la luce, cosa essa rappresenti nella vita quotidiana, nelle esperienze personali e nella creazione dello spazio. Euroluce offre a Slamp l'occasione per presentare il nuovo catalogo firmato dall'art director Luca Mazza. "Abbiamo importanti aspettative – conclude Ziliani – legate soprattutto al mercato statunitense, in piena effervescenza, e al nostro ulteriore salto in termini di prodotto, che ci permetterà di crescere in Europa e nel resto del mondo. Oggi ci sono le condizioni per farlo".



Dall'alto, casa di New York con in primo piano lampada a sospensione Chandelier Cordoba by Daniel Libeskind e, a sinistra sul fondo, lampada da terra Peace Skull, design by Studio Job

Casa di Atene con lampada a sospensione Dome Large Green, design by Analogia Project. A destra, lampada da terra Bach by Francesco Piretti

MILAN DESIGN WEEK - 4/9 APRIL 2017

SUPERSTUDIO THE BIGGEST PRIVATE SPACE FOR EVENTS PRESENTS

# SUPERDESIGN

S H • W

CONTEMPORARY DESIGN

TEMPORARY MUSEUM

PEOPLE AND STORIES

SELECTED OBJECTS

INTERNATIONAL BRANDS

TALENT SCOUTING

SMART CITY

TECHNOLOGY OF THE FUTURE

MATERIALS VILLAGE

**TIME TO COLOR!**

FOOD & DRINKS DESIGN

CULTURE AND CONFERENCES

BTOB MEETING LOUNGES

A UNIQUE PROJECT

17 YEARS OF SUCCESS

Superstudio Più, via Tortona 27, 20144 Milan - Superstudio 13, via Forcella 13 and via Bugatti 9, 20144 Milan  
Ph +39 02 422501 - info@superstudiogroup.com - online registration: [www.superstudiogroup.com/events](http://www.superstudiogroup.com/events)

[www.superdesignshow.com](http://www.superdesignshow.com) - [www.superstudiogroup.com](http://www.superstudiogroup.com)

**SUPERSTUDIO GROUP**

## SALVIONI DEBUTTA NEL CENTRO DI MILANO



**A**pre a Milano, in via Durini 3, un nuovo concept store dell'esteso network Salvioni Design Solutions, da oltre 50 anni attivo nel retail di fascia alta nell'arredamento di design. Lo spazio si sviluppa su due piani all'interno di un intero palazzo storico di inizio '900 completamente ristrutturato per 1.100 metri quadri.

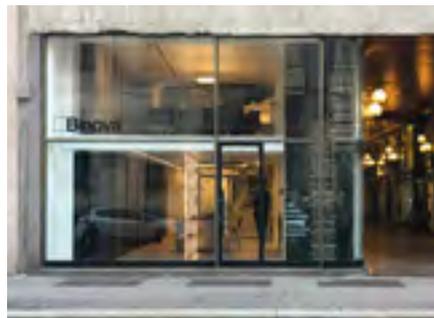
Un format innovativo nel multimarca di design, che supera le consuete soluzioni espositive e offre servizi "tailor made" nella progettazione d'interni. Lo spazio accoglierà anche opere d'arte contemporanea.

Lo spazio 'Salvioni Milano Durini', sviluppato verticalmente e movimentato da una serie di terrazzi esterni, si articola in cinque diversi appartamenti indipendenti, ognuno con un nome e che esemplifica un mood (La Notte Bianca, Color, Milano, Carbon, Naturae) oltre al piano terra ispirato alla tradizione. Ogni piano è stato progettato in ogni minimo dettaglio, dalla scelta delle finiture e dei cromatismi, alla composizione di arredi, opere d'arte e accessori, per rispecchiare personalità e sensibilità differenti.

Per il servizio di progettazione "su misura" un team di progettisti è infatti a disposizione del cliente per seguirlo passo dopo passo rispondendo ad ogni necessità di consulenza. Il personale è costituito da veri e propri interior designer capaci di creare un ambiente personalizzato fin nei minimi dettagli.

## BINOVA INAUGURA UN FLAGSHIP STORE A MILANO

Binova ha inaugurato il nuovo flagship store in via Durini 17, a Milano, negli spazi ex Bulthaup. Uno spazio che celebra un brand storico rilanciato dal gruppo Cubo Design. L'apertura dello store è solo l'ultimo degli investimenti voluti da Antonio Arangiario, a capo del gruppo Cubo Design, a cui si aggiunge il progetto di un grande stabilimento all'avanguardia, in cui verrà riunita tutta la filiera produttiva, per garantire massimo controllo e qualità totale dell'intero processo, sempre mantenendo inalterati i valori di ricerca e sviluppo dei prodotti.



## NUOVO STUDIO PER BOFFI A OSLO

Haug + Maberg AS inaugura un nuovo Boffi Studio a Oslo, in uno degli edifici dell'antica officina meccanica Thunes, risalente al 1901. Lo spazio è caratterizzato da soffitti alti 4,5 metri ed è valorizzato dalle ultime collezioni del brand.

## SBARCO IN FLORIDA PER DEVON&DEVON

il brand di bathroom design di alta gamma inaugura un nuovo store in Florida, nella città di Naples. L'apertura dello spazio, 100 metri quadrati al 950 di 1st Ave. North segna il consolidamento di una partnership di assoluto rilievo, quella con Francois & Co.

## STORE A MADRID PER SCAVOLINI

Scavolini ha inaugurato un nuovo 'Store' monomarca a Madrid, in Calle Maldonado 30, rafforzando così la propria presenza nella penisola iberica, mercato presidiato da più di 20 anni attraverso una rete di 12 punti vendita distribuita sul territorio.



## UNOPIÙ APRE A MONACO DI BAVIERA

Aperto il 9 marzo in Briener Strasse 49, all'incrocio con Augusten Strasse, nel pieno centro di Monaco di Baviera il nuovo flagship store Unopiù, è il 4° in Germania e il 26esimo in Europa.

IL DESIGN È UNO STATO A SÉ. E MILANO È LA SUA CAPITALE.



# Salone del Mobile Milano

4/9 Aprile 2017  
Fiera Milano, Rho.

Lorenzo Marini Group

EuroLuce, Workplace3.0  
Salone Internazionale del Complemento d'Arredo  
SaloneSatellite.



fieramilano

THUN sostiene



[fondazione-lenethun.org](http://fondazione-lenethun.org)



# La tua Primavera Country

Seguici su [thun.com](http://thun.com)    APP THUN

# WHAT'S NEW?

## Le novità del Salone

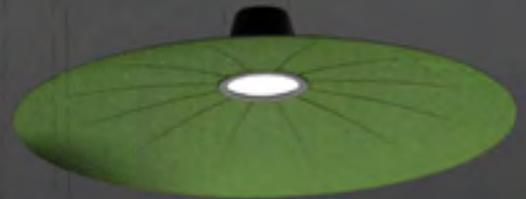
di Costanza Rinaldi

Come ogni anno, torna il Salone del Mobile e Milano si trasforma per una settimana in uno showroom a cielo aperto, sotto il quale le migliori aziende di design italiane e internazionali presentano le ultime novità tra azzardi, ritorni al passato e nuovi comfort.

# TUTTI I COLORI DEL DESIGN

Divani, poltrone, sedie. Ma anche tavoli, librerie e soprattutto tantissime soluzioni di lighting design per la casa di domani.

di *Costanza Rinaldi*



Martinelli luce



Caccaro



Novamobili





Novamobili



Lasvit



Novamobili



Arper



Moroso

**MARTINELLI LUCE**

Lent (Yonoh). Lampada a sospensione con riflettore fonoassorbente.

**CACCARO**

Collezione Brick (Simone Cagnazzo). Sistema modulare di contenitori trasversali.

**NOVAMOBILI**

Rose. Sedia laccata con seduta impagliata.

**MOROSO**

Josephine (Gordon Guillaumier). Nelle variante divano, pensato per il contract e facilmente declinabile anche in ambiente domestico.

**NOVAMOBILI**

Haiku, poltrona imbottita.

**NOVAMOBILI**

Makoto, Mobili contenitori.

**LASVIT**

Duna (Zaha Hadid Design). Lampada a sospensione.

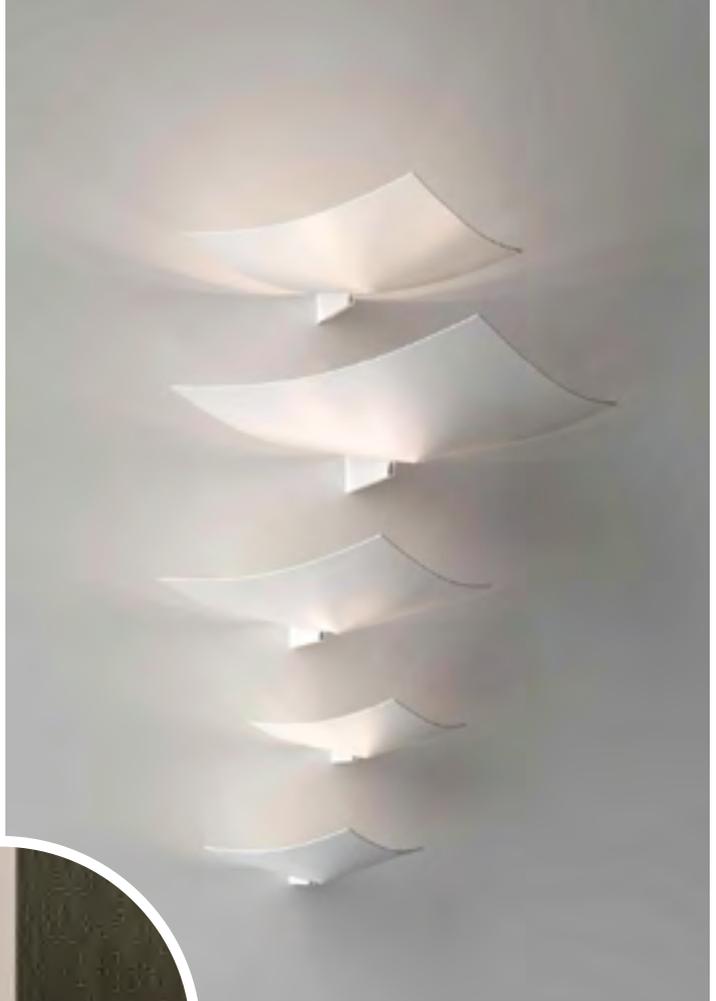
**ARPER**

Arcos (Lievore Altherr Molina). Sedia per aree lounge, ristoranti o sale d'attesa.

PRODOTTI



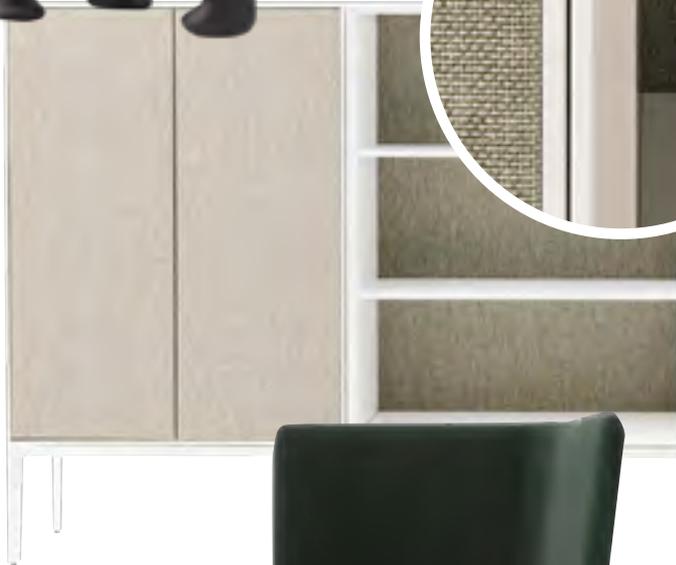
Myhome Collection



Luceplan



Qeeboo



La Palma



Lacividina



MDF Italia



Porro



I 4 Mariani



Living Divani

Riflessi



Leucos

**MYHOME COLLECTION**

Chemise (Ilaria Innocenti). Poltroncina dalle forme delicate e avvolgenti.

**QEEBOO**

Kong (Stefano Giovannoni). Lampada da tavolo.

**LA PALMA**

ADD S. Il sistema si arricchisce di elementi contenitori modulari.

**LUCEPLAN**

Ivy (Francisco Gomez Paz). Lampada a parete.

**LACIVIDINA**

Collezione Velour (Antonio Rodriguez). Famiglia di imbottiti versatili e armonici.

**MDF ITALIA**

Sign Filo (Piergiorgio Cazzaniga). Sedute storiche sotto una nuova veste estremizzata in sottili fili di metallo.

**PORRO**

Kite. Poltroncina dalle linee femminili e il fascino senza tempo.

**I 4 MARIANI**

Equa (Matteo Nunziati). Madia ispirata all'opera di Carlo Scarpa.

**LIVING DIVANI**

Confident (Piero Lissoni). Poltroncina in rattan dalle linee arrotondate.

**RIFLESSI**

Solaris. Madia dal design rigoroso.

**LEUCOS**

Aella (Toso & Massari). Lampada da tavolo dal design essenziale e sofisticato.

## PRODOTTI

### **NIMBUS**

Gravity CL. Lampada a sospensione con magnete per essere spostata e riposizionata.

### **AGAPE**

Immersion (Neri & Hu). Vasca da bagno d'ispirazione orientale e dal design minimal.

### **ALIVAR**

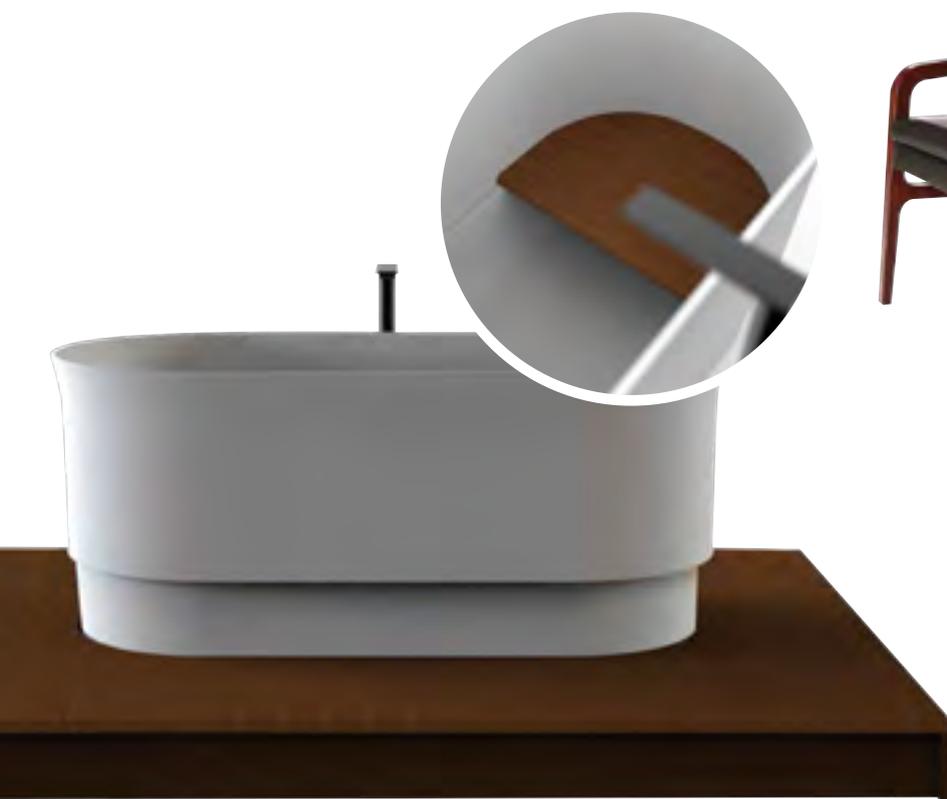
Margot. Poltroncina con seduta in pelle o tessuto combinata al legno della struttura.

### **ZANOTTA**

Emil (Frank Rettenbacher). Tavolino con nuova finitura legno / rame o ottone.



Nimbus



Agape



Alivar



Zanotta

Calligaris



Opinion Ciatti



EMU



**CALLIGARIS**

Hangar (Gino Carollo). Libreria a giorno autoportante e modulare.

**OPINION CIATTI**

Papavero Raggiante (Gherardo Frassa). Lampada a sospensione a forma di corolla di papavero in metallo lucido piegato a mano.

**EMU**

Nef (Patrick Norguet). Sedute per outdoor con intreccio di corde in acciaio inox o poliestere su struttura in alluminio.

**MOROSO**

Meadow (Tord Boontje). Panche imbottite. Collezione composta da tre diverse forme.



Moroso



Cassina



Alivar



Ethimo



Wall&Decò

**TISETTANTA**

Metropolis. Libreria adattabile in altezza e larghezza.

**CASSINA**

Soft Props (Konstantin Grcic). Divano con sedute modulari in due misure.

**ALIVAR**

Cyclos. Tavolini di diverse dimensioni in noce o rovere e top in marmo.

**ETHIMO**

Nicolette (Patrick Norguet). Poltroncina originale in alluminio, pensata per l'outdoor.

**WALL&DECÒ**

Style Colors. Collezione di pitture murali premium costituita da 20 colori raggruppati in 4 palette cromatiche.

**FRAU**

JEFF (Jean-Marie Massaud). Seduta dining scomposta e declinata nei suoi elementi.

**CAPPELLINI**

Sistemi. Contenitori progettati per creare mobili di piccole e grandi dimensioni.



Frau



Cappellini



Calligaris



Prandina



Donghia



Poliform





Turri

**CALLIGARIS**

Saint Tropez. Sedia in policarbonato con gambe in metallo o legno

**PRANDINA**

Landing. Lampada a sospensione di diversi materiali, come vetro, metallo e metacrilato.

**DONGHIA**

Dee Lounge Chair. Base in acciaio satinato e bracciolo rivestito in noce finitura grigio, collezione mobili Donghia 2017



MSÉ

**POLIFORM**

Jane. Collezione di sedute dalle linee avvolgenti e dimensioni contenute.

**TURRI**

Madison (Andrea Bonini). Seduta dallo spirito contemporaneo, con chiari rimandi ad atmosfere anni 60'.

**MSÉ**

Dudotta (Lazarini&Pickering). Poltroncina in tessuto dai colori vivaci.



Driade

**DRIADE**

Sissi (Ludovica + Roberto Palomba). Seduta per outdoor e indoor, dal carattere contemporaneo e raffinato.

**KNOLL**

Avio Sofa (Piero Lissoni). Divano versatile, solido. In diverse varianti cromatiche.



Knoll

## PRODOTTI

### FONTANA ARTE

Setareh (Francesco Librizzi). Lampada a sospensione, struttura in metallo colore oro e sfere luminosa in vetro soffiato.

### POTOCCO

Torso (Gianluigi Landoni). Tavolo rettangolare in legno dalle linee essenziali.

### MAGIS

Stanley (Philippe Starck). Sedia da regista pieghevole

### NATUZZI

Melpot (Mauro Lipparini). Divano dal carattere contemporaneo e sobrio.



Fontana Arte



Potocco



Magis



Natuzzi

**PAMBIANCO** M&A  
acquisizioni e cessioni di aziende

## Uniamo chi compra e chi vende un'Azienda

Se vuoi acquisire un'azienda o pianificare il modo migliore per cedere la tua, scegli **PAMBIANCO Merger & Acquisition**, il partner ideale nelle operazioni di acquisizione e cessione di aziende nei settori moda, lusso e design. Pambianco mette a disposizione tutte le sue conoscenze per chiudere al meglio ogni operazione.

tel 02 76388600 | [www.pambianco.com](http://www.pambianco.com) | [mea@pambianco.com](mailto:mea@pambianco.com)



# Cover STORY

## LE CONNESSIONI INVISIBILI DI RENATO MAMBOR

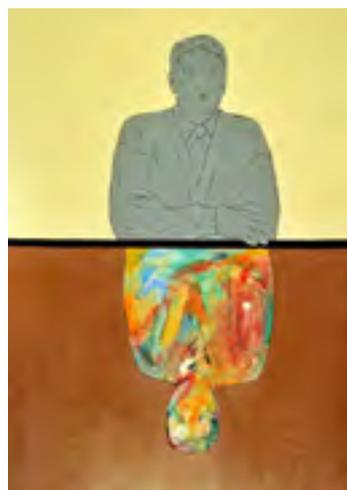
«Voglio fare di tutto, ballare, cantare, scrivere, recitare, fare il cinema, il teatro, la poesia, voglio esprimermi con tutti i mezzi, ma voglio farlo da pittore perché dipingere non è un modo di fare ma un modo di essere». Con queste parole Renato Mambor offre una precisa immagine del suo essere artista. Protagonista della ricerca nelle arti visive dagli ultimi anni Cinquanta, è uno dei primi a sconfinare dalla pittura verso altri linguaggi: fotografia, cinema, performance, installazioni e teatro, per tornare comunque sempre alla pittura. Continuando a lavorare sul linguaggio e sugli elementi costitutivi dell'arte, ha avviato una sperimentazione sul rapporto tra organismo e ambiente, tra arte e vita, sul cambiamento dello sguardo e dei punti di vista, sulle relazioni interne ed esterne, su separazione e unità. Mambor, negli oltre 55 anni di impegno artistico, ha rinnovato instancabilmente



Renato Mambor Poesia all'aperto. 72x113. Smalto, acrilico su cartone, 2014



Renato Mambor Ultimo giorno. 1963. Acrilico su tela



Renato Mambor Ritrospezioni. 2010. Acrilico su tela

le forme e approfondito la conoscenza di sé, inventando dispositivi di comunicazione che coinvolgessero lo spettatore, lasciando opere, anche inedite, di grande valore per la contemporaneità. Una selezione di 80 pezzi è stata recentemente esposta presso la Galleria

Gruppo Credito Valtellinese\Refettorio delle Stelline a Milano per una retrospettiva, curata da Dominique Stella con Cristina Quadrio Curzio e Leo Guerra, che ripercorre la sua creatività dai primi anni Sessanta sino al 2014, con le ultimissime creazioni.

PAMBIANCO

# DESIGN

NUMERI, FATTI E PROTAGONISTI DELLA CASA E DEL DESIGN

### Direttore Responsabile

David Pambianco

### Redazione

Paola Cassola (coordinamento)  
Andrea Guolo  
Monica Montemartini  
Costanza Rinaldi  
Giulia Sciola  
Luca Zappi

### Grafica e impaginazione

Mai Esteve e Dalila Longo

### Cover project

Anna Gilde

### Pubblicità e coordinamento

Paola Novati  
Camilla Cerruti (Automotive)

### Contacts

design@pambianco.com  
adv@pambianco.com  
abbonamenti@pambianco.com  
Telefono 02.76388600  
Fax 02.784117

### Responsabile trattamento dati personali

(D. Lgs. 196/2003) Gianluigi Tufo

### Tipografia

Reggiani S.p.A.  
Via Rovera 40 - 21026 Gavirate (VA)

### Registrazione Tribunale di Milano

n. 136 del 7/05/2015

### Proprietario ed Editore

Pambianco Strategie di Impresa S.r.l.,  
Corso Matteotti n. 11, Milano 20121

Per abbonarti stampa e compila la scheda su: [www.pambianconews.com/abbonamenti/](http://www.pambianconews.com/abbonamenti/)

Dumas + B3 + Drop Table

+39 031 630954

[www.livingdivani.it](http://www.livingdivani.it)

**LIVING**  
D I V A N I



smart people love Cappellini



cappellini.it

**cappellini**