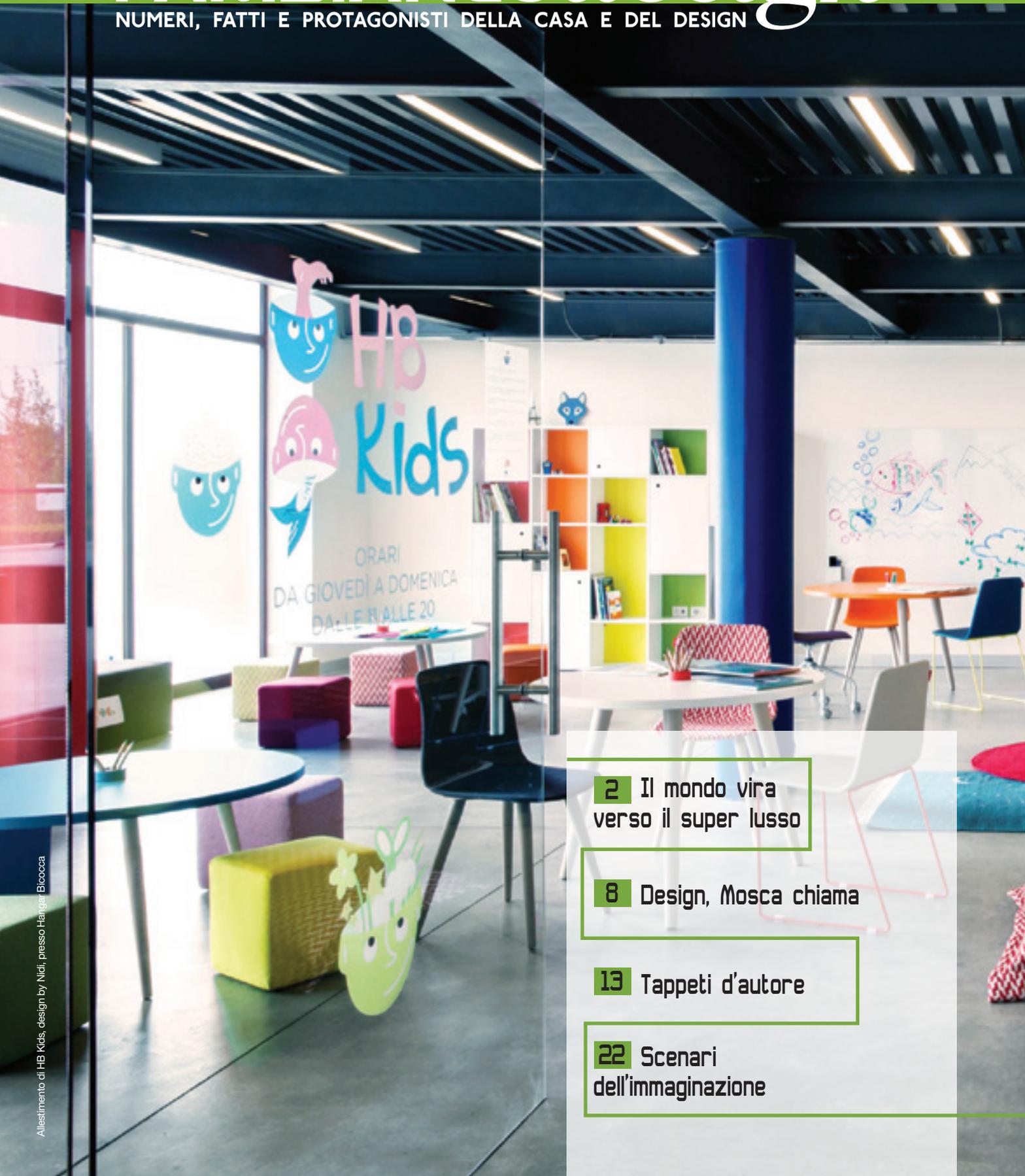


PAMBIANCODESIGN

NUMERI, FATTI E PROTAGONISTI DELLA CASA E DEL DESIGN



2 Il mondo vira verso il super lusso

8 Design, Mosca chiama

13 Tappeti d'autore

22 Scenari dell'immaginazione



IL MONDO VIRA VERSO IL SUPER LUSO

DI PAOLA CASSOLA

Non dà segni di cedimento anche in tempi di crisi. Cresce in tutti i mercati, seppur in forme diverse, e si adatta ad ogni stile, dal minimal al barocco. Il design ultra esclusivo è il segmento del futuro.

Il mercato dell'arredamento super lusso è il più performante in tutto il mondo, non risente della crisi, anzi, si distingue proprio perché, anche in periodi di difficoltà economiche e politiche, continua a crescere. Si rivolge a un target dalle ampie disponibilità di budget che desidera 'mostrare' i propri status symbol. E' un mercato che punta sull'esclusività del prodotto, ma soprattutto del servizio, anche post-vendita. Brand, estetica, qualità, unicità, design, servizio: questi sono gli elementi distintivi. La priorità di un elemento sull'altro varia, poi, in base all'area geografica.

UN CONCETTO INTERCULTURALE

Buyer, retailer, interior designer, architetti, tutti concordano nel ritenere che il concetto di super lusso abbia diverse sfumature a seconda della cultura e delle tradizioni di un Paese. Per alcuni, il lusso è un pezzo moderno firmato da un grande architetto, per altri è un arredo total look barocco in cui spiccano materiali preziosi e ricercati. In ogni caso, è molto apprezzato worldwide e destinato a crescere.

"In Italia e in Europa prevale l'estetica della discrezione - spiega l'architetto Stefano Giussani dello Studio Lissoni Associati - fatta di forme pulite abbinata a materiali pregiati. Nei Paesi Arabi la percezione è più legata al mostrare, all'opulenza, alla scelta di materiali ricchi come l'ottone, i vetri particolari, la pelle. Si ricerca la preziosità per l'occhio. Lo stesso vale per la Russia che rappresenta un 'gate del



Sopra da sinistra: Massimo Iosa Ghini, Doriana Fuksas, Paolo Lettieri e Stefano Giussani.

gusto', ossia, se è vero che sta iniziando a virare verso uno stile un po' più minimal, i suoi confini, muovendosi verso Oriente, segnano comunque un punto di passaggio dal gusto occidentale 'essenziale' a quello orientale 'opulento'".

In Cina la forma può essere semplice, pulita e simbolica, ma è il materiale che la riveste a essere appariscente (pelli, sete, legni particolarmente lavorati). Shi Ping di Da Vinci - Shanghai, lo showroom più importante in Cina, parla dell'importanza di 'mostrare' attraverso l'acquisto di pezzi glamour e preziosi.

Il gusto dei clienti più 'internazionali', che viaggiano di più, sta virando verso quello occidentale portando i mercati a una convergenza, "Russia e Medio Oriente - spiega l'architetto Paolo Lettieri dello Studio Upa - da sempre associati all'opulenza, si stanno raffinando, seppur con tempistiche lente". La modernizzazione del gusto nell'arredo segue tempi diversi rispetto alla moda, ed è più difficile integrare un prodotto moderno in un contesto barocco.

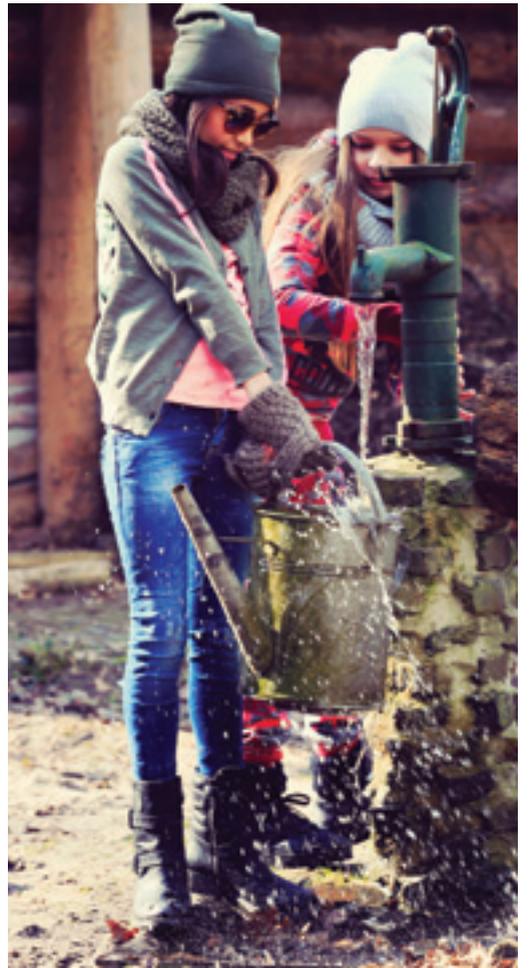
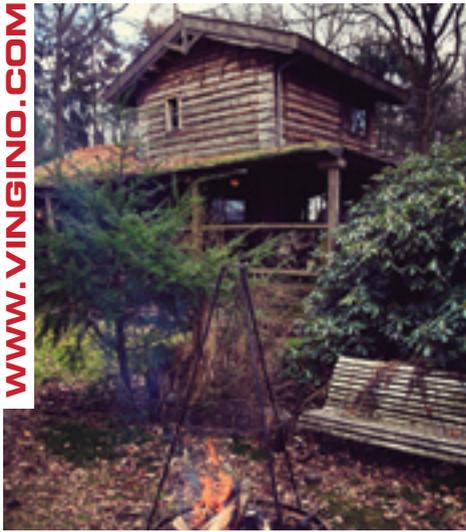
"La crescita di consumatori facoltosi nelle aree di Middle East, Eurasia, Russia, Cina, India, Sud America e Stati Uniti - aggiunge l'architetto Massimo Iosa Ghini - determina un rinnovamento miscelaneo del gusto, legato al desiderio di rappresentanza, ma soprattutto alla crescita culturale di questo tipo di personalità. La tendenza futura del design super lusso sarà verso il caldo, la memoria, il super design del decoro nelle aree emergenti e verso un tema di povero e consumato industriale, nelle aree mature, come l'Europa".

COME E CON CHI CRESCE IL SEGMENTO

Che il segmento sia destinato a crescere, dunque, è prospettiva condivisa. Ma dove e come? Ne ha un'idea l'architetto Giussani per il quale "crescerà soprattutto in Estremo Oriente dove è arrivato ora il boom che c'è stato da noi 20 anni fa: il bisogno di mostrare status symbol.



Dall'alto, proposta Visionnaire per sala da pranzo e Giorgetti Atelier di San Pietroburgo.





Store B&B Italia di Kaohsiung e showroom Da Vinci di Shanghai.

Lo stile venduto tempo fa in Italia ed Europa ora viene venduto là”.

Il potenziale di crescita sembra essere cospicuo perché il fenomeno, in queste dimensioni globali, ha avuto un reale start solo negli ultimi tre anni, quindi ha margini di sviluppo ancora da sfruttare.

A rappresentare questo segmento all'estero ci sono marchi quali Giorgetti, B&B Italia, Poltrona Frau, Cassina, Visionnaire, Promemoria. Un plus di valore viene riconosciuto ai marchi legati al mondo della moda che firmano anche arredo, come Fendi Casa, Roberto Cavalli Home, Armani Casa, Versace Home, Billionaire e Ferrari Home, soprattutto in Cina dove i clienti subiscono il fascino delle griffe, attribuendogli qualità e lusso.

I FATTORI CRITICI DI SUCCESSO

Il successo dei brand sui diversi mercati dipende dall'equilibrio tra alcuni valori irrinunciabili: marchio, design, qualità, servizio, immagine, prezzo. Con un sapiente dosaggio di questi ingredienti, i prodotti di super lusso possono conseguire ottimi risultati in tutti i mercati.

Bisogna, però, conoscerne le lievi differenze. Così, se in Estremo Oriente il marchio è secondario ed è prioritario il design, seguito dalla qualità dei materiali, in Cina è il contrario, con il marchio al top. Secondo Doriana Fuksas, nell'altissimo di gamma il prezzo si colloca in ultima posizione dopo il design, l'immagine, la qualità, il marchio e il servizio. “In Italia – spiega Giussani - si predilige la qualità seguita dal design, mentre negli Stati Uniti, dove faticano a comprendere come un oggetto di design possa raggiungere prezzi elevati, la scelta sotto al prezzo abbinato al design”.

VALORE MADE IN ITALY

Un valore sembra riconciliare i gusti di tutti i mercati, è il 'made in Italy'. “È molto importante, in tutto il mondo – commenta la Fuksas - perché quando se ne parla si pensa alla grande tradizione creativa italiana, alla cura per i dettagli, alla qualità dei materiali, alla raffinatezza della lavorazione”. Il made in Italy funziona con tutti gli stili, proprio come il super lusso può incarnarsi nell'essenziale e nel barocco. “Non si può essere assolutisti - conclude - c'è sempre posto per tutto. Dopo anni di minimalismo si è passati a una fase più opulenta. Credo che ci siano fasi che si alternano, ma che possono anche coesistere”. “Il modo di pensare del made in Italy – sintetizza Iosa Ghini - si specchia con esattezza in questo mercato High Luxury”. ■

USA CONTROCORRENTE

Un discorso a sé vale per il mercato americano che si distingue dal resto del mondo per la ridotta conoscenza del settore, dei suoi prodotti e dei suoi marchi più rappresentativi. Negli Stati Uniti, il super lusso è un mercato di nicchia, data la particolare attenzione prestata dai consumatori del Paese verso il prezzo e la ricerca dell'affare. I clienti a stelle e strisce sono, infatti, 'price conscious' e perennemente 'looking for deals', secondo importanti retailer come Steve Brister di 'Nella Vetrina' a New York e Reed McMillan manager della fiera internazionale newyorkese Icff (International Contemporary Furniture Fair). L'acquisto viene quindi guidato dal retailer che spinge il design italiano, ma solo se offre un buon compromesso tra qualità e prezzo, come Giorgetti e B&B Italia. Il 'total look' griffato negli Usa non funziona, si preferisce l'acquisto del prodotto singolo da integrare in arredamenti all'insegna del 'mix&match'. Diversamente, i clienti stranieri che vivono a New York preferiscono arredare interi ambienti con la stessa luxury collection.

Un altro tratto distintivo del gusto americano è la richiesta in primis della funzionalità del prodotto ritenuta più importante della firma del designer che l'ha progettato.



KOCCA

NEW YORK
FW 14-15

Shop at kocca.it



TESTIMONIANZE

DESIGN MOSCA CHIAMA

DI PAOLA CASSOLA

Dopo aver sedotto il Paese con il suo arredo di qualità, il made in Italy passa il testimone agli architetti, chiamati a immaginare palazzi avanguardisti dal gusto occidentale.

Che il design italiano piacesse molto all'ex Unione Sovietica è evidente dall'importanza delle esportazioni di arredo italiano nel Paese. Nel 2013, infatti, secondo i dati di Ita-Ice (Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane), l'Italia ha esportato in Russia arredi e materiali riconducibili alla filiera abitare per 589 milioni di euro. Nonostante il calo dell'export (-9,8%), a fronte di una contrazione generale dei valori, l'Italia ha mantenuto comunque le proprie posizioni confermandosi come secondo fornitore di mobili e articoli per l'illuminazione, dopo la Cina, con una quota del 9,9%, mentre per i materiali ceramici si attesta al quarto posto.

Ora si sta delineando un ampliamento della richiesta di made in Italy nell'architettura. Il savoir-faire progettuale degli architetti italiani sta affascinando i russi a tal punto da affidare a loro l'ideazione di costruzioni rappresentative nel Paese, al fine di modernizzare lo skyline in un'ottica avanguardista e occidentale.

Che Gum di Bosco di Ciliegi, il più caratteristico centro commerciale moscovita, sia stato ristrutturato dall'architettura

Dall'alto, rendering del progetto Living Art; centro commerciale Gum di Mosca; rendering di interno ed esterno del Moscow Polytechnic Museum and Educational Centre.

to italiano Michele De Lucchi la dice lunga sulla reputazione dei professionisti del design del nostro Paese e sul plus artistico che offrono.

Da allora è stata un'escalation di interventi firmati dal tricolore, ad ampio spettro. Dalla periferia al centro, il tocco del 'made in' punta a rivalutare e impreziosire il territorio, arricchendolo di cultura del progetto e coinvolgendo pezzi grossi dell'edilizia locale.

Alexey Dobashin, CEO di Krost, una delle maggiori società russe di costruzioni, ha voluto al suo fianco l'architetto milanese Dante Oscar Benini, allievo di Scarpa e Niemeyer, per il progetto 'Living Art', che trasformerà un parco residenziale di grattacieli in costruzione alla periferia di Mosca in un luogo perfetto per vivere, lavorare e interagire. Il progetto italiano ha sbaragliato tutti i concorrenti, tra i quali lo studio inglese Hopkins e l'olandese Mecanoo. Il complesso residenziale, composto da 4 grattacieli di 45 piani alti 160 metri e uno da 33 piani alto 110 metri, distribuiti in un comprensorio di dieci ettari, sono affrescati da un altro italiano, il pittore milanese Mario Arlati. Nasce così 'l'opera d'arte abitabile più grande del mondo', come la definisce Dobashin, che verrà terminata nel 2016.

L'area dell'ex aeroporto di Mosca, invece, vedrà sorgere un meraviglioso parco che porterà la firma dello studio italiano Land Milano, vincitore del concorso internazionale Khodynka Park - Moscow. L'intervento di riqualificazione sarà gestito dal team guidato da Andreas Kipar con i progettisti Mario Cucinella, Leftloft e l'artista Thomas Schönauer. Come spiega Nikolay Sobolev, direttore esecutivo del concorso e Consigliere del Presidente della Inteco, "la giuria era interessata all'accessibilità del parco, alla sua convenienza per i residenti, all'elaborazione della pianificazione dei trasporti e alla concezione del parco come spazio vivibile sia in estate che d'inverno. Inoltre, era importante la luminosità delle soluzioni visive ed il loro modo di riflettere il concept di progetto. I colleghi italiani hanno pensato alla priorità della costruzione del parco, che dovrebbe essere impiantato vicino alla nuova stazione della metropolitana". "Lo studio Land propone di riempire il parco con elementi architettonico-artistici in analogia con il Centro Nazionale per le Arti Contemporanee, Ncca, che si trova nelle vicinanze. Secondo gli architetti, i residenti del quartiere potranno piantare qui i loro alberi e questo lavoro sarà fatto con il cuore, presentandosi come una soluzione vincente", ha riferito Sergei Kuznetsov, fondatore del moscovita Studio Speech, sul portale del Governo di Mosca. La morfologia e l'andamento dei percorsi dell'intero parco sono progettati secondo un disegno dalle linee fluide, in cui le diverse attività ed at-

trezzature sono inserite nel loro peculiare contesto. La struttura del parco, in particolare, è ispirata alle "trame delle nervature delle foglie, geometrie frattali, e ricchi elementi decorativi dalla tradizione moscovita", spiegano i progettisti.

Il progetto del parco di Khodynka ristabilisce le connessioni con gli edifici residenziali del contesto urbano, divenendo il centro naturale di un rinnovato quartiere, verso il quale si articolano i tracciati minori, in un sistema d'interazione tra la natura e la città.

Tra i progetti fiore all'occhiello del design italiano in Russia rientra quello del Moscow Polytechnic Museum and Educational Centre, frutto delle menti delle archistar Massimiliano e Doriana Fuksas e di Studio Speech, con realizzazione prevista entro il 2017.

"E' uno dei miei progetti preferiti - commenta Massimiliano Fuksas - ed è una vittoria italiana, il museo sarà una pietra miliare e rifletterà l'immagine di una nuova generazione". ■



Il nuovo parco sull'area dell'ex aeroporto centrale di Mosca.





FRACOMINA

SHOP AT FRACOMINA.IT



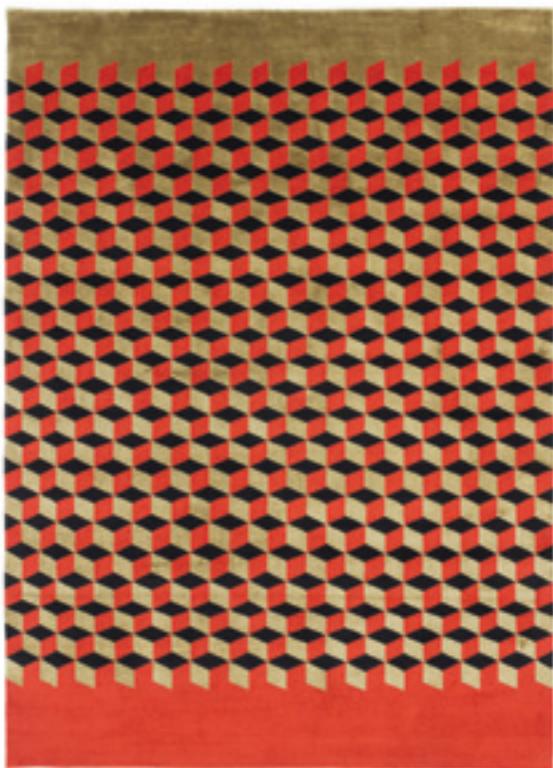
OPS!TRÉSOR

Scopri l'intera collezione su
   OPSOBJECTS.com

TAPPETI D'AUTORE

DI ROCCO MANNELLA

Grafismi mistico- astratti, cieli nuvolosi, patchwork vintage, drammatiche composizioni floreali e caleidoscopiche figure mitologiche. Così i tessuti d'arredo instaurano proficue sinergie col mondo fashion.



Fantasia geometrica e trompe-l'oeuil per Mini Infini custom di CC Tapis. Parte della collezione Contemporary, il tappeto, firmato dal designer Daniele Lora, è annodato a mano e realizzato in lana e seta. A destra, una creazione di Studio Job per Nodus e una proposta di Sahrai.

C'è voluta una storica azienda come **Sahrai**, attiva fin dal 1830, per far rivivere lo spirito di **Gianfranco Ferrè** che, dopo la mostra dedicata alle sue celebri camicie bianche dal Museo del Tessuto di Prato, torna a dialogare con i suoi fan. Con una collezione di tappeti in lana e seta, annodati rigorosamente a mano, che rileggono il suo inconfondibile stile e i temi forti dei suoi tessuti stampati: geometrie dinamiche, intricate composizioni di gusto celtico e medio-orientale, mix di lettere, motivi animalier. Anche la voce di **Alexander McQueen**, grazie all'estro di **Sarah Burton** che ne ha raccolto l'eredità creativa, risuona in una linea di arazzi prodotti da **The Rug Company** e ispirati al suo immaginario estetico di impronta naturofila e dark. Bastano questi due esempi per confermare come oggi le aziende specializzate nella produzione di tappeti di pregio, attingano sempre più spesso ai linguaggi della moda. Per infondere il giusto tocco di contemporaneità ai loro manufatti che cercano nuovi e convincenti equilibri tra tradizione e innovazione, artigianalità e tecnologia. Fondamentale si rivela anche l'apporto dei più immaginifici guru del living. Come ha dimostrato, durante la trascorsa edizione del Salone del Mobile, l'esposizione presentata dal marchio **Nodus** che, nella sua ultima collezione, si è avvalso della sbrigliata fantasia di designer come **Jaime Hayon**, **Sam Baron**, **Formafantasma** e **Studio Job**. ■



JAN KATH

Per la sua nuova collezione *Walking heiter bis*, il designer tedesco ha preso spunto dalle opere dei pittori olandesi di scuola barocca del XVI e del XVII secolo. In particolare, sono i cieli rappresentati negli affreschi di alcune chiese dell'epoca ad aver affascinato Kath, che ne ha fatto il leitmotiv di una serie di tappeti annodati a mano, in lana tibetana e seta cinese, con suggestivi motivi di nuvole.



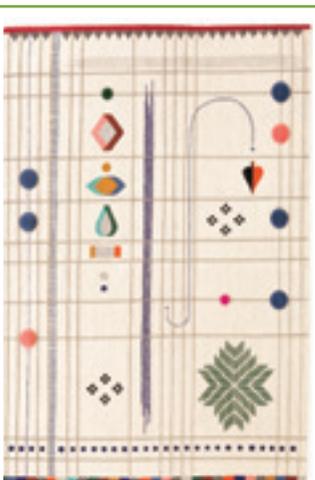
SARTORI

La passione per il vintage ha contagiato anche il marchio **Sartori** che a questo stile ha dedicato la sua ultima collezione caratterizzata da tappeti vecchi e antichi che, dopo essere stati scoloriti, ridipinti con colori vegetali, ricuciti e ricomposti manualmente, hanno dato vita a suggestivi patchwork dall'immagine contemporanea. Alcuni articoli di questa linea sono pezzi unici dipinti a mano.



GAN BY GANDIA BLASCO

Continua la collaborazione tra il brand iberico e **Patricia Urquiola**. Dopo le collezioni *Canevas Spaces*, *Sail Spaces*, *Touareg* e *Mangas Spaces*, l'eccentrica e prolifica designer di Oviedo ha firmato il sistema *Bandas*, che a un corpus di tappeti multi materici dalla texture geometrica integra una serie di pezzi modulari e intercambiabili: cuscini, pouf e piccoli contenitori. Da comporre in grande libertà.



THE RUG COMPANY

Evoca gli antichi simboli araldici l'arazzo della linea *Folklore* che **Sarah Burton**, direttore creativo del brand **Alexander McQueen**, ha realizzato per **The Rug Company**. Per l'azienda inglese, che in passato, ha collaborato con **Paul Smith**, **Diane von Furstemberg** e **Vivienne Westwood**, la stilista ha disegnato una caleidoscopica composizione dai colori drammatici che mixa motivi floreali, flash animalier e righe Op.



NANIMARQUINA

Si chiama *Rabari* la collezione di tappeti in lana neozeolandese disegnati da **Doshi Levien** che il marchio **Nanimarquina** ha presentato durante l'ultima edizione del **Salone del Mobile**. Annodati manualmente in India secondo l'antica tecnica *Sumak*, prendono nome da una comunità nomade della regione *Kutch*. Si distinguono per una ritmica successione di grafismi e simboli astratti dall'appeal vagamente mistico.

 **DEBORAH**
MILANO

INNOVAZIONE:
L'applicatore che
definisce le ciglia
una ad una.

IL **MASCARA**
DEL FUTURO, OGGI.

EXTRAORDINARY 5in1

VOLUMIZZANTE, ALLUNGANTE, INCURVANTE,
ALTA DEFINIZIONE, LUNGA TENUTA.



TRICIA ADV

deborahmilano.com



Scarica le nostre App
DeborahNails e iDeborah

DEBORAH LA PASSIONE ITALIANA PER LA BELLEZZA

L'ARREDO ITALIANO IN CINA PASSA DAL "RINASCIMENTO URBANO" DI PECHINO



Al 3° Forum del LegnoArredo al MiCo, Centro Congressi di Milano il focus è stato sulle opportunità per le aziende italiane del settore nel mercato cinese. Relatore di eccezione l'architetto Wu Chen, tra i più importanti urbanisti cinesi. "Pechino sta attraversando un periodo di 'Rinascimento urbano' - spiega Chen - la ri-progettazione della città anticipa una logica che sarà applicata all'intero Paese in futuro: rifocalizzare verso l'alto i distretti, per una rinascita che è sì architettonica, ma anche sociale e culturale. Tra ristrutturazioni di edifici esistenti e nuove costruzioni si prospettano, quindi, numerose possibilità di collaborazione per le aziende italiane, soprattutto a livello di forniture contract per gli interni."

Attualmente i prodotti italiani sono molto apprezzati sul mercato del Dragone, "le esportazioni - precisa il presidente di FederlegnoArredo Roberto Snaidero - sono in continua crescita. Nel 2013 abbiamo registrato un +22% sul 2012."

La ricettività del mercato richiede però da parte degli italiani grande prontezza e la presenza sul territorio. Che in Cina, va ricordato, esige sempre la collaborazione con un partner locale.

FederlegnoArredo sta già pianificando con la società Vanke una partnership volta a creare opportunità di lavoro per le aziende di arredamento italiane.

CATELAN CRESCE E SBARCA A MANILA

Cattelan Italia, l'azienda veneta attiva nella produzione e distribuzione di complementi d'arredo, ha inaugurato un monomarca a Manila e si appresta, a settembre, a mettere radici in Costa d'Avorio con un nuovo monobrand. La strategia di sviluppo è portare avanti la crescita internazionale puntando su forza produttiva e qualità del prodotto.

Archiviato il 2013 in positivo, anche il 2014 sta registrando un buon andamento. Confrontando il mese di maggio 2014 con quello del 2013 la crescita risultante è a doppia cifra. Tra i mercati nei quali il brand ha più successo ci sono Germania (+ 55%), Spagna (+26%), Belgio (+20%), Russia (+14%) e Stati Uniti (+18%).

"Dopo un Salone del Mobile entusiasmante per presenze e consensi - ha commentato Giorgio Cattelan, presidente e AD di Cattelan Italia - adesso siamo certi di aver creato un brand vincente".

SCHIFFINI APRE A BONN

Ha aperto i battenti l'11 giugno il nuovo spazio monomarca Schiffini a Bonn. Uno step importante soprattutto per la rilevanza geografica della posizione che abbraccia due delle più importanti province della Germania, Bonn e Colonia collettori di professionalità legati all'architettura e al design.

Collocato al 5 di Konrad-Zuse-Platz, zona trendy e culturalmente vivace della città, lo Schiffini Space Bonn-Koln, dal design essenziale, ospita 6 modelli di cucine: Cinqueterre in finitura di titanio, Pantry System con laccatura titanio, Pampa in rovere scuro termotrattato, Mesa con laccatura bianco opaco, One 12 in laminato HPL nero e noce canaletto e One Handle con laccatura avorio chiaro lucido.

"Schiffini diffonde il made in Italy nel mondo - ha commentato Enrico Schiffini - grazie anche a collaborazioni con architetti e designer di fama internazionale come Vico Magistretti e Alfredo Haeblerli".

IN SCENA A VENEZIA LA 14° MOSTRA INTERNAZIONALE DI ARCHITETTURA

Sarà aperta al pubblico fino al 23 novembre 2014, ai Giardini della Biennale e all'Arsenale, la 14° Mostra Internazionale di Architettura dal titolo Fundamentals, diretta da Rem Koolhaas e organizzata dalla Biennale di Venezia presieduta da Paolo Baratta. "Fundamentals - ha dichiarato Koolhaas - sarà una Biennale sull'architettura, non sugli architetti. Si concentrerà sulla storia, sugli inevitabili elementi di tutta l'architettura utilizzati da ogni architetto, in ogni tempo e in ogni luogo (la porta, il pavimento, il soffitto) e sull'evoluzione delle architetture nazionali negli ultimi 100 anni. In tre manifestazioni complementari, che si svolgeranno al Padiglione Centrale, all'Arsenale e nei Padiglioni Nazionali, questa retrospettiva darà luogo a una rinnovata comprensione della ricchezza del repertorio di fondamenti dell'architettura, che attualmente sembra essere esaurito."

La Mostra è affiancata da 65 Partecipazioni nazionali negli storici Padiglioni ai Giardini, all'Arsenale e nel centro storico di Venezia.





CPM

3.-6.9.2014

INTERNATIONAL FASHION TRADE SHOW | МЕЖДУНАРОДНАЯ ВЫСТАВКА МОДЫ
EXPOCENTRE FAIRGROUNDS MOSCOW | ЦВК ЭКСПОЦЕНТР МОСКВА
ONLY FOR TRADE VISITORS | ТОЛЬКО ДЛЯ СПЕЦИАЛИСТОВ

WWW.CPM-MOSCOW.COM

IGEDO COMPANY

TI

EXPOCENTRE

CPM
COLLECTION
PREMIERE
MOSCOW

WIRED PRONTO AL LANCIO DELLA DESIGN ISSUE

L'editore di Wired, Scott Dadich, è pronto a far debuttare la prima edizione del magazine dedicata al design. Il lancio dell'October Design Issue sarà anticipato da un evento intitolato Wired By Design che si terrà a Marin County, in California, il 29 settembre prossimo.

Presentata dalla società editoriale partner Condé Nast e organizzata in collaborazione con Lucasfilm Ltd., l'evento si terrà presso lo Skywalker Sound di Marin e al Letterman Digital Arts Center di San Francisco.

Alla manifestazione interverranno architetti, registi e personaggi del mondo della moda e dell'arte. Tra i partecipanti ci saranno anche il CEO di Yahoo Marissa Mayer e il direttore creativo di Google Aaron Koblin.



ILVE, LA COTTURA PROFESSIONALE A CASA

L'ultimo dato è il fatturato 2013 che si attesta a circa 23 milioni di euro, di cui l'85% all'estero. Ma la storia di Ilve parte dagli anni 60 quando l'azienda entra nel mercato dei piani cottura per casa ed elettrodomestici. Negli ultimi vent'anni la strategia del marchio ha ricercato, per i suoi prodotti, alti standard professionali e di prestazione. "Ci siamo voluti differenziare dai colossi dell'elettrodomestico – spiega il presidente Alberto Illotti – proponendo un'offerta di nicchia. Ci rivolgiamo ad un target domestico e a piccole realtà di ristorazione con una gamma di 15mila articoli diversi, tra le più ampie al mondo."

VILLANI NUOVO AD DI BTICINO



Franco Villani

BTicino, capofila del gruppo Legrand in Italia, ha un nuovo amministratore delegato: è Franco Villani, attuale vice direttore generale, che subentra

nella posizione a Paolo Perino, chiamato dal gruppo Legrand ad assumere il ruolo di direttore della Business Unit Building Systems. Villani, entrato nel 1990 in BTicino come assistant product manager, nel 1997 arriva a ricoprire la posizione di direttore commerciale. In questo ruolo gestisce il processo di integrazione delle marche del gruppo Legrand in Italia: Legrand, Zucchini, Cablofil, Metasystem Energy e Vantage. Villani, oltre a quella di AD, manterrà ad interim anche la posizione di direttore commerciale di BTicino.

ARMANI AL CENTURY SPIRE

Giorgio Armani e Century Properties, importante developer delle Filippine, insieme per realizzare gli interni delle unità residenziali di lusso e degli spazi comuni del Century Spire, l'edificio progettato dal celebre studio Daniel Libeskind. La torre, che ha un'altezza di 245 metri e si sviluppa su 60 piani, dal 2018 caratterizzerà lo skyline di Makati, elegante quartiere residenziale e centro economico di Manila. L'Interior Design Studio Armani/Casa si è occupato della progettazione degli appartamenti, degli spazi comuni e delle amenities che comprendono le lobby d'ingresso, la biblioteca, la piscina con lounge e zona relax oltre all'area spa/gym/fitness.

CONTRACT ED ESTERO PER HOMI

Sono tante le novità nel futuro di Homi, il progetto di Fiera Milano che prende le mosse dall'ex Macef. Dai nuovi saloni satellite della prossima edizione alle missioni all'estero. Cristian Preiata, Exhibition Manager di Homi ne ha parlato diffusamente durante la conferenza stampa di presentazione della seconda edizione.

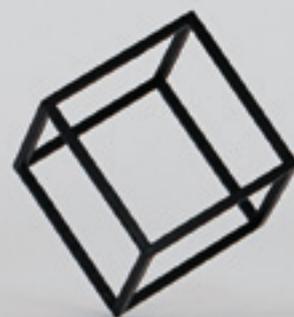
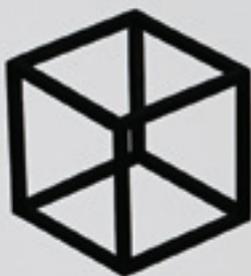
"Dopo il positivo esordio di gennaio - ha spiegato il manager - si avvicina la seconda edizione di Homi, in programma a Fieramilano Rho dal 13 al 16 settembre 2014, per la quale abbiamo pensato un focus dedicato al contract in tutte le sue forme che si chiamerà Homisphere e consisterà in tre itinerari che, partendo dal tema food, coinvolgeranno hospitality e lifestyle. Lo spazio dedicato sarà di 2.500 metri quadri, nel padiglione 4 e sarà di grande richiamo per i general contractors e i developers."

Prossima tappa sarà, dal 15 al 18 ottobre, Homi Russia al Crocus di Mosca in concomitanza con i Saloni Worldwide Moscow e la Moscow Design Week che richiameranno in città circa 50mila buyer.



VISION

FASHION MANNEQUINS



GOEBL NEW ENTRY IN ARTEK



Marianne Goebel

Nuova managing director per Artek. Si tratta di Marianne Goebel, che entrerà in carica dal prossimo 1° luglio.

Mirkku Kullberg, che precedentemente ricopriva la carica, mantiene il suo ruolo di presidente di Artek ed entra in Vitra come responsabile di Vitra Home.

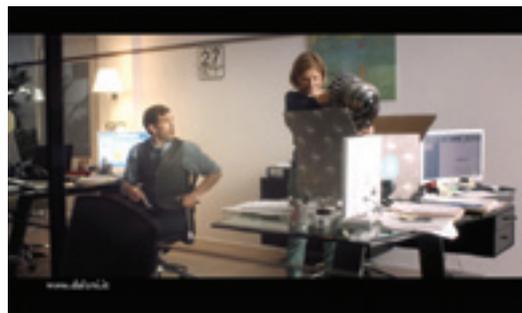
“Kullberg ha svolto un lavoro così buono per Artek che Vitra lo ha scelto per affidargli lo sviluppo di Vitra Home”, ha commentato così il giro di poltrone Rolf Fehlbaum, presidente emerito di Vitra. “Il manager – ha proseguito Fehlbaum – non avrebbe accettato la nuova posizione se non avessimo trovato per tempo un degno sostituto.”

MARMOMACC, L'EXPORT CRESCE A +6,7%

Un evento fieristico sempre più trasversale, dove il business della pietra naturale dialoga con il mondo del contract e dell'arredo d'interni. È questa la principale novità della 49ª edizione di Marmomacc, in programma a Veronafiere dal 24 al 27 settembre 2014. La più importante manifestazione internazionale dedicata al comparto lapideo, si svolge per la prima volta in contemporanea ad Abitare il Tempo, il salone b2b di Veronafiere per gli operatori del contract, con le migliori proposte di materiali, finiture d'interni e arredo. Obiettivo: «Mettere a sistema i due eventi – spiega il presidente di Veronafiere, Ettore Riello – che rappresentano eccellenze del manifatturiero made in Italy come marmo e arredo, complementari a livello di filiera.» Un'industria che vede l'Italia quinto Paese al mondo per produzione e lavorazione, e che ha continuato a crescere all'estero anche nel 2013, con esportazioni di materiali, soprattutto finiti, che hanno toccato quasi 1,9 miliardi di euro (+6,7%), mentre le tecnologie e le macchine di lavorazione hanno raggiunto i 969 milioni (+10,5%). Un trend positivo confermato anche nel primo bimestre 2014, con le esportazioni complessive nazionali di marmi e graniti finiti e semilavorati, pietre grezze ornamentali e da costruzione, calcare, pietra da gesso, creta e ardesia che hanno totalizzato 249,5 milioni di euro (+5,9%). Marmi e graniti made in Italy hanno chiuso il 2013 in positivo, forti di un export che ha raggiunto quasi 1 miliardo e 900 milioni di euro, con un incremento del 6,7% rispetto al 2012.



DALANI TORNA ON-AIR



On air sulle reti Mediaset la nuova campagna tv Saatchi & Saatchi per Dalani, il primo shopping club di mobili e accessori per la casa, con prezzi scontati fino al 70%. I due spot della campagna, nei formati 30" e 15", raccontano di come sia facile approfittare delle offerte di Dalani e di quanto queste possano suscitare l'invidia di chi ci sta attorno. Nel primo spot, “Pianerottolo”, una donna suona alla porta della vicina nel cuore della notte solo per dirle che ha acquistato un comò su Dalani, quello che anche la vicina voleva per sé. Ma lo fa proprio un attimo dopo che l'offerta scada, per essere sicura che l'amica non lo compri uguale al suo. Nel secondo film, “Ufficio”, una donna ha appena ricevuto un aspirapolvere acquistato su Dalani, suscitando l'invidia e la curiosità di un collega. La donna gli racconterà come ha acquistato quell'aspirapolvere. Ma questo solo perché l'offerta è già scaduta!

DRIADE PUNTA AGLI USA



Driade, storica azienda italiana fondata nel 1968 dalla famiglia Astori, è stata recentemente acquisita da ItalianCreationGroup, holding industriale fondata da Giovanni Perissinotto e Stefano Core, rispettivamente presidente e AD di Driade.

Il processo di internazionalizzazione messo in atto dal nuovo management ha l'obiettivo di diffondere il design Driade in modo capillare sul territorio americano. A tale scopo è nata di recente Driade Usa, società con sede negli Stati Uniti.

Il modello di business della società americana, il cui AD è John Jenkin, inciderà fortemente sull'apparato della distribuzione e sull'immagine di Driade negli Stati Uniti, anche attraverso lo sviluppo di strategie di marketing e posizionamento del brand. Il nuovo corso di Driade nel mercato statunitense inizia con l'apertura di due showroom, a New York e a Miami, con concept rinnovato, che diverranno punti nevralgici dell'attività del marchio nel Paese.

GAETANO PESCE IN MOSTRA AL MAXXI

Per tutta la vita ha teorizzato la diversità, la casualità, l'abbattimento delle barriere tra discipline, la libertà dal conformismo e dalla prevedibilità, ha progettato oggetti ispirati alle persone che rispecchiano l'imprevedibilità della vita, elogiando il difetto e l'errore: è Gaetano Pesce architetto, designer, artista di fama internazionale a cui il MAXXI, presieduto da Giovanna Melandri, dedica dal 26 giugno al 5 ottobre 2014 la mostra 'Gaetano Pesce. Il tempo della diversità', a cura di Gianni Mercurio e Domitilla Dardi, curatrice per il Design del MAXXI Architettura diretto da Margherita Guccione. Una mostra che ripercorre il percorso creativo di Pesce dalle origini alle ultime ricerche. Disegni, bozzetti, schizzi, modelli originali e oggetti in scala al vero in un itinerario che rende il visitatore protagonista, coinvolgendolo nella scelta di sette percorsi tematici: Non standard, Persona, Luogo, Difetto, Paesaggio, Corpo, Politica.

SMEG APRE A CAPE TOWN

Smeg ha inaugurato nel cuore di Cape Town uno showroom all'angolo tra Strand e Buitengracht Street. L'azienda, inoltre, nella persona del suo CEO Vittorio Bertazzoni, ha voluto dedicare al team dell'organizzazione del World Design Capital un'edizione esclusiva del frigorifero Smeg500 giallo. Un oggetto di design volto ad aiutare la raccolta di fondi per le arti e la cultura sudafricane.

Vittorio Bertazzoni, in qualità di padrone di casa, ha voluto sottolineare come Smeg sia onorata di sostenere Cape Town in questo particolare momento.

La nuova apertura si inserisce appieno nella strategia di investire, in modo significativo, in un mercato in cui l'amore e la sensibilità per gli oggetti di design sono in continua crescita.

A ricevere il regalo è stato Alayne Reesberg, CEO del World Design Capital che ha commentato: "Molti sono gli argomenti che tratteremo durante il World Design Capital. La SMEG500, nonostante sia indiscutibilmente robusto, è leggero, divertente, eclettico e dona uno spirito nuovo ed entusiasmante a questo progetto".



IKEA AL VICTORIA & ALBERT MUSEUM DI LONDRA



Un prodotto Ikea, il marchio-icona del design low cost, è stato promosso ad opera d'arte e inserito nelle gallerie del Victoria & Albert Museum di Londra. Nello specifico è il pupazzo Wolf ad essere tra i protagonisti del nuovo approccio del museo, definito 'Rapid Response Collecting', nel raccogliere il design contemporaneo, l'architettura e la tecnologia. La filosofia che ha portato i responsabili del museo a selezionare i prodotti da inserire è individuare i pezzi simbolo del cambiamento sociale e politico in atto oggi. "Il Victoria & Albert Museum – ha dichiarato Kieran Long, senior curator of contemporary architecture, design and digital del museo – si è sempre impegnato per comprendere la storia della società attraverso gli oggetti di design di arte e di architettura. Con questa nuova strategia porteremo il nostro impegno sociale ad influenzare il mondo contemporaneo."

Wolf, ad esempio, è stato scelto perché è diventato il simbolo del dissenso a Hong-Kong dopo che un manifestante antigovernativo ne lanciò uno contro il chief executive CY Leung, l'anno scorso. Tra i prodotti esposti nella nuova galleria, che sarà inaugurata il prossimo 5 luglio, anche la prima stampante 3D, che ha sollevato questioni in merito a benefici e danni della produzione realizzata con nuove tecnologie. Obiettivo: creare una galleria dinamica che si rinnoverà nel tempo per mostrare i prodotti della contemporaneità e per spiegare come il design rifletta e definisca come viviamo oggi. Tutti i prodotti esposti una volta sostituiti dai nuovi andranno a formare un archivio dedicato alla cultura del 21° secolo.

DOLTRONA FRAU E DARRÉ A LE BON MARCHÉ

Le Bon Marché Rive Gauche, il prestigioso department store parigino, ha realizzato insieme a Poltrona Frau e Vincent Darré una mostra d'eccezione, da poco conclusasi.

Il creativo francese e il brand italiano di arredamento di alta gamma si sono appropriati delle vetrine di Rue de Sévres e dello spazio espositivo situato sotto la vetrata del secondo piano per dare vita a un dialogo di grande originalità. Darré ha immaginato per le 10 vetrine una serie di scene surreali, come fo-

togrammi di un film in bianco e nero, nelle quali si susseguono degli interni molto differenti tra loro che prevedono un abbinamento esclusivo tra i prodotti di Poltrona Frau e quelli della Maison Darré.

Per la prima volta, in occasione di questa mostra, è stata presentata una carta da parati con soggetto animalier immaginata da Valérie Lemerrier per la Maison Darré. Un tocco di humour per questa esposizione che è un omaggio al cinema.

PRODOTTO

SCENARI

dell'immaginazione

Colori vivaci, primari, in contrasto, questi sono i criteri associati all'arredamento per bambini. Affinché il design possa essere uno stimolo al gioco e all'immaginazione gli spazi dedicati ai più piccoli si animano di figure geometriche, antropomorfe e zoomorfe per abbattere i confini tra indoor e outdoor. ■



ARPER

Saya Mini di Arper, per il design di Lievore Altherr Molina, è una sedia perfetta per i più piccoli in una vivace gamma di nuovi colori coordinati per scocche e basi, che possono essere abbinati in molteplici combinazioni cromatiche.

www.arper.com



BONALDO

Muffin si ispira alla semplice geometria degli stampi del famoso dolce americano. Disegnato da Ryosuke Fukusada, è un complemento versatile che funge da seduta o da tavolino.

www.bonaldo.it



ETHIMO

Sedia pieghevole per bambini realizzata in ferro zincato e verniciato a polveri.

www.ethimo.it



DI PAOLA CASSOLA



DIESEL BY FOSCARINI

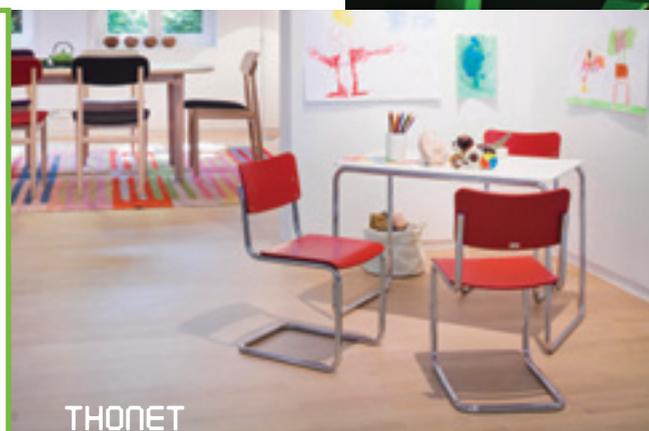
Duii e Duii Mini di Diesel Living with Foscarini sono due lampade da tavolo che ricordano la forma di una papera. Il nome, infatti, riprende quello di uno dei nipotini di Donald Duck.

www.foscarini.com

MYYOUR

Gatto di Myyour è una lampada dalla sagoma felina che, illuminandosi al buio, riprende la nota capacità dei gatti di vedere in condizioni di scarsa luminosità.

www.nicy.it



THONET

Nella produzione Thonet, i mobili per bambini vantano una lunga storia, che risale al 1866. Qui, la gamma S43 K riproduce esattamente le proporzioni dei modelli classici S 43 ideati da Mart Stam nel 1931.

www.thonet.de

POLTRONA FRAU

L'icona rappresentativa del marchio Poltrona Frau viene reinterpretata in un'ottica mini, divenendo una Baby Vanity.

www.poltronafrau.com



LETTERA G

Sketch mini, di Daniele Lorenzatto, è una collezione di oggetti che riutilizza gli sfridi, ovvero i materiali di avanzo per la produzione di altri oggetti. Direttamente dagli sfridi della Bookshape, la libreria, nascono così Sketch Mini Chair e Sketch Mini Desk: seggiolina e banchetto divertenti e colorati dedicati ai bambini.

www.letterag.it

PEDRALI

La seduta Snow Junior, disegnata da Odo Fioravanti, può essere abbinata alla versione bassa del tavolo Snow creando piccole aree di accoglienza per bambini.

www.pedrali.it



CALLIGARIS

Crossover, dello Studio Quadrifoglio Menguzzato & Nascimben per Calligaris, è un pouf multifunzione dinamico, utilizzato per essere sgabello, poltroncina a due altezze per bambini, tavolino e libreria modulare.

www.calligaris.it



PROMEMORIA

Romeo Sozzi per Promemoria propone le versioni mini dello scrittoio Mon Ami e della sedia Bilou Bilou. Quest'ultima, in versione adulta, è simbolo dell'azienda che dal 1988 la declina in mille varianti di trame e di colori.

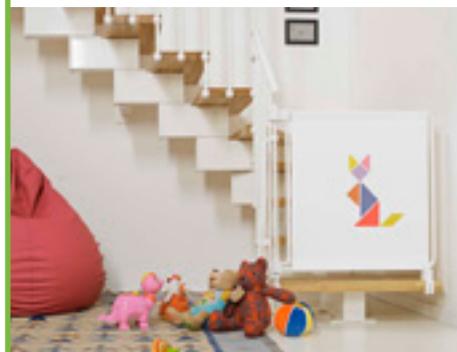
www.promemoria.it



FONTANOT

Il cancelletto Kalypso di Fontanot è pensato per mettere in sicurezza le case su più piani con bimbi sotto i due anni. Il design è personalizzabile, una cornice in tubolare di plastica rigida infatti racchiude all'interno un foglio di tessuto elasticizzato dove è possibile attaccare dei simpatici adesivi raffiguranti gli animali.

www.fontanot.it



RIVA 1920

R 313, design Luca Pegolo, è una macchina cavalcabile per bambini ricavata da un tronco di cedro.

www.riva1920.it

