

Primo Piano

Legno e arredo, consumi in assestamento



Foto credit: Francesco...

Claudio Feltrin, presidente di FederlegnoArredo

Sotto le performance eccezionali del biennio pandemico, che aveva reso desiderabile occuparsi del benessere abitativo; sopra di circa 10 miliardi di euro rispetto al 2019, con parte del valore eroso però dall'inflazione. In questo limbo si è fatta trovare la filiera italiana del legno-arredo a fine 2023, flettendo complessivamente dell'8,1 per cento rispetto all'anno precedente secondo i preconsuntivi di FederlegnoArredo. A pesare in primis la frenata dei consumi interni (-10 per cento), ma anche l'export arretra del 4,5 per cento. «In questo quadro-sottolinea il presidente della federazione Claudio Feltrin- il macrosistema arredamento limita i danni (-3,2 per cento Italia; -3,6 per cento export), ma parliamo comunque di segni meno».

Che sensazioni lascia questa fotografia in chiaroscuro?

«Le aziende avevano messo in conto una normalizzazione dei consumi che si stava delineando durante il corso dell'anno e che i dati hanno confermato, forse anche in misura superiore alle attese. L'aumento del 14 per cento del 2021 era stato tutto a volume, a cui successivamente si era sommato l'impulso dei bonus edilizi, trascinando anche l'arredo. A fronte dell'exploit di consumi, tra l'altro, in quel periodo le aziende avevano fatto la scelta strategica di non riversare sul mercato il rialzo dei costi, prevedendone un riassorbimento a fine 2022. Questo ha comportato un aumento del fatturato generale quasi del 13 per cento a parità di volumi, ma poi lo scoppio della guerra in Ucraina ha definitivamente cancellato ogni speranza che i prezzi scendessero».

Pur scendendo meno della domanda domestica, anche l'export arretra. Verso quali destinazioni il raffreddamento è più marcato

>>> p.3



Courtesy: Salone del Mobile.Milano

SALONE DEL MOBILE 2024

La sostenibilità nell'agire quotidiano

Due anni fa aveva aderito al Global Compact delle Nazioni Unite, prima fiera del legno-arredo al mondo a farlo. Quest'anno rinnova e perfeziona la sua Politica di sostenibilità, ratificata dalla presidente Maria Porro, come si conviene a un Salone del Mobile.Milano che per natura ama sorprendere, trasgredire e divertire, ma che sulla salvaguardia di un pianeta con risorse limitate ha sempre fatto terribilmente sul serio. «Dopo l'edizione del 2022 che metteva la sostenibilità al centro con la grande installazione di Mario Cucinella e il conseguimento della certificazione Iso 20121 nel 2023- spiega Maria Porro- riteniamo fondamentale proseguire questo percorso enunciandone ufficialmente strategie e obiettivi. Come organizzatori di un evento globale, sappiamo quanto sia impor-

tante condividere con le aziende espositrici, gli allestitori, i visitatori e tutto l'ecosistema del design questa scelta etica e responsabile, misurandone i progressi in modo puntuale».

IMPEGNO CORALE PER UNA PRODUZIONE D'ARREDO RESPONSABILE

E di progressi per guidare il proprio modello di business lungo un percorso di sviluppo inclusivo, responsabile e sostenibile ne ha compiuti davvero tanti il Salone negli ultimi anni. Dalla condivisione delle Linee guida green con i player espositivi per supportarli al meglio nella progettazione, pianificazione e realizzazione delle attività in fiera; all'adesione al Decalogo di FederlegnoArredo che, prescrivendo tra le altre cose un uso consapevole delle risorse, processi produttivi sostenibili, du-



Foto credit: Guido Stazzoni

Maria Porro, presidente Salone del Mobile.Milano

rità e riuso dei prodotti, contribuisce a rendere l'intero sistema fieristico più futuribile e a misura d'uomo. Preservandone al contempo la bellezza che ogni anno si mette in mostra. «In questo senso- aggiunge la presidente del Salone- la revisione della nostra Politica di sostenibilità ci è utile per acquisire

sempre più consapevolezza nel nostro agire quotidiano, ma anche nel costruire un dialogo ancora più costruttivo con tutti gli stakeholder coinvolti». Una prova plastica di quest'impegno corale a produrre arredo in modo responsabile sarà fornita dal grande progetto "Under the Surface", un percorso allestitivo ad alto tasso emozionale per riflettere a fondo sull'impronta green, il potere, le suggestioni e le fragilità dell'acqua. «Abbiamo scelto di affrontare i temi della sostenibilità e del risparmio idrico-sottolinea Porro- perché sono centrali per l'evoluzione dell'ambiente bagno. Una stanza della casa che si è profondamente trasformata: da luogo di servizio a salotto umido. Qui piccoli gesti quotidiani in rapporto a oggetti dise-

>>> p.6



Courtesy: www.mimit.gov.it

Urso, il valore del design italiano

Il report Design Economy 2024, presentato tra gli altri da Adi, conferma l'Italia come leader a livello europeo del design, in particolare in settori quali arredamento, moda e agroalimentare. Il commento del ministro delle Imprese e del made in Italy

>>> p.4



Iosa Ghini, tra artificio e naturalità

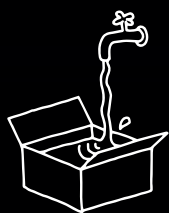
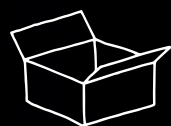
Ha progettato spazi architettonici museali, commerciali, residenziali, strutture dedicate al trasporto pubblico, all'accoglienza e tante collezioni di arredo nel segno dell'armonia tra uomo e ambiente

>>> p.63

→ FLAMINIA.



Everyone experiences "the thrill of opening a box".
Whether it be a gift from a loved one or an order you've been waiting to arrive.
It is a moment of anticipation.
Neither fully closed nor open, the basin captures the exact moment of "unboxing."



ENDO



GOLFARELLI EDITORE
INTERNATIONAL GROUP

Colophon

Direttore onorario
Raffaele Costa



Direttore responsabile
Marco Zanzi
direzione@golfarellieditore.it

Redazione

Renata Gualtieri, Cristiana Golfarelli,
Tiziana Achino, Lucrezia Antinori,
Tiziana Bongiovanni,
Eugenia Campo di Costa,
Guida Montefamelio, Desna Ruscica,
Anna Di Leo, Alessandro Gallo, Simona
Langone, Leonardo Lo Gozzo,
Michelangelo Marazzita,
Marcello Moratti, Michelangelo Podestà,
Giuseppe Tatarella

Relazioni internazionali

Magdi Jebreal

Hanno collaborato

Ginevra Cavalieri, Angelo Maria Ratti,
Fiorella Calò,
Francesca Druidi,
Francesco Scopelliti,
Lorenzo Fumagalli, Gaia Santi,
Maria Pia Telese

Sede

Tel. 051 228807 - Piazza Cavour 2
40124 - Bologna - www.golfarellieditore.it

Relazioni pubbliche

Via del Pozzetto, 1/5 - Roma

Supplemento di Carriere e Professioni
Registrazione: Tribunale di Bologna
n. 7785 del 4/9/2007

Segue dalla prima

Legno e arredo, consumi in assestamento

Gli ultimi dati analizzati da Claudio Feltrin archiviano i livelli della domanda pre-Covid, segnando il passo soprattutto sul fronte domestico. Bene il rientro delle commodity, pollice verso all'Eudr. «Tutti i nodi vengono alla dogana»

Sotto le performance eccezionali del biennio pandemico, che aveva reso desiderabile occuparsi del benessere abitativo; sopra di circa 10 miliardi di euro rispetto al 2019, con parte del valore eroso però dall'inflazione. In questo limbo si è fatta trovare la filiera italiana del legno-arredo a fine 2023, flettendo complessivamente dell'8,1 per cento rispetto all'anno precedente secondo i preconsuntivi di Federlegnoarredo. A pesare in primis la frenata dei consumi interni (-10 per cento), ma anche l'export arretrato del 4,5 per cento. «In questo quadro-sottolinea il presidente della federazione Claudio Feltrin- il macrosistema arredamento limita i danni (-3,2 per cento Italia; -3,6 per cento export), ma parliamo comunque di segni meno».

Che sensazioni lascia questa fotografia in chiaroscuro?

«Le aziende avevano messo in conto una normalizzazione dei consumi che si stava delineando durante il corso dell'anno e che i dati hanno confermato, forse anche in misura superiore alle attese. L'aumento del 14 per cento del 2021 era stato tutto a volume, a cui successivamente si era sommato l'impulso dei bonus edilizi, trascinando anche l'arredo. A fronte dell'exploit di consumi, tra l'altro, in quel periodo le aziende avevano fatto la scelta strategica di non riversare sul mercato il rialzo dei costi, prevedendone un riassorbimento a fine 2022. Questo ha comportato un aumento del fatturato generale quasi del 13 per cento a parità di volumi, ma poi lo scoppio della guerra in Ucraina ha definitivamente cancellato ogni speranza che i prezzi scendessero».

Pur scendendo meno della domanda domestica, anche l'export arretrato. Verso quali destinazioni il raffreddamento è più marcato e quali reggono l'urto delle tensioni internazionali in corso?

«Le destinazioni che nel 2023 hanno sofferto di più a livello di arredamento sono state sicuramente gli Usa che segnano un -11,4 per cento. Mantenendo però ancora il secondo posto in virtù del +25 per cento realizzato l'anno prima quando avevano scalzato la Germania, rimasta terza anche nel 2023 (-5 per cento). Al comando resta sempre la Francia, cresciuta di un altro 1 per cento ca. Altro importante segno negativo è la Cina, che ha sfiorato il -20 per cento. (-6 per cento Russia). Andando sulle note positive, gli Emirati Arabi (+5 per cento) e un fattore collaterale favorevole è il rientro delle commodity, soprattutto dei pannelli e dei semilavorati di legno, scesi nel prezzo per la componente energetica dopo i picchi di 250-300 euro a Mw.



Foto credit: Francesco Rucci
Claudio Feltrin, presidente di FederlegnoArredo

Discese che non sono avvenute per il prodotto finito, dove l'inflazione tende a cristallizzarsi».

In questi giorni avete espresso disorientamento di fronte alla Eudr, il nuovo regolamento Ue sulla deforestazione. Come vi state preparando alla sua entrata in vigore?

«Siamo molto preoccupati perché, al di là del condivisibile principio di fondo legato alla transizione ecologica di cui anche noi siamo paladini in termini di sensibilizzazione e di organizzazione interna ed esterna, qui però si somministra una medicina che uccide l'ammalato. Nel senso che le normative ancora molto nebulose che ci piovono addosso dal 1 gennaio 2025, condizionano una filiera composta per lo più da aziende di 1-2 persone a fare interventi di prevenzione e corresponsabilità assolutamente inattuabili».

Che ricadute temete?

«Il primo rischio è il blocco delle esportazioni, perché tutte queste regole vengono al pettine alla dogana. E non solo della filiera del legno, ma di quelle della pelle

con cui lavoriamo, del cacao, caffè, gomma, carne, ortofrutta. Essendo in "buona compagnia", la speranza è riuscire a manifestare a livello europeo le storture di un regolamento che ottiene esattamente il contrario di quello che vorrebbe a scapito dell'ambiente».

Altro fronte da presidiare che incrocia il tema delle certificazioni di sostenibilità è quello della concorrenza sleale. Quali strumenti vanno potenziati per difendere la qualità italiana?

«La qualità italiana a livello europeo si tutela attraverso i brevetti. Sappiamo però quanto sia difficile praticare la difesa dei propri manufatti seguendo i tempi della giustizia, sia europea che dei singoli Paesi. Diciamo che gli strumenti ci sarebbero, ma fattivamente sono tarati su processi temporali totalmente dissociati dal contesto commerciale. Se poi, come nel caso dell'Eudr, si impongono regole stringenti per i Paesi membri e si mantiene troppa permeabilità ai prodotti extra Ue che entrano (Cina, Vietnam), la faccenda si complica ulteriormente. Si dovrebbe fare di più per arginare questi ingressi in territorio europeo».

Quale scenario si profila per l'industria del legno arredo nella seconda metà di 2024 e quanto potrà incidere l'effetto Salone del Mobile per orientarle in positivo?

«La situazione è molto fluida, basti vedere il recente attentato a Mosca. Cercando di stare in equilibrio tra il pessimismo e il non eccessivo ottimismo, direi che il 2024 sarà un anno di transizione. Con un mercato europeo molto fiacco nei primi sei mesi, Usa e i Paesi arabi che tengono, la Cina chiusa un po' a riccio dopo le aperture pre-Covid. Chi sembra promettere molto bene è l'India, tuttavia nel nostro settore i mercati non si aprono in due minuti e quindi servirà un lavoro di 3-5 anni. Per la seconda metà del 2024 siamo più ottimisti. Soprattutto vedendo che i tassi d'interesse iniziano un'inversione che può fare da spartiacque anche psicologico per una risalita dei consumi in proiezione 2025, che potrebbe portare quanto di buono prevediamo per il 2024». • Giacomo Govoni

PER LA SECONDA METÀ DEL 2024 SIAMO PIÙ
OTTIMISTI, PER VIA DI UN'INVERSIONE DEI TASSI
INTERESSE CHE PUÒ FARE DA SPARTIACQUE
PSICOLOGICO PER UNA RISALITA DEI CONSUMI

Patrimonio nazionale

L'Italia rappresenta il cuore pulsante del design europeo, vantando primati nell'Ue in termini di addetti, fatturato e livello di innovazione. Lo evidenzia il report Design Economy 2024 e lo ribadisce il ministro delle Imprese e del made in Italy Adolfo Urso

Il 15 aprile sarà celebrata la prima giornata nazionale del made in Italy, appuntamento annuale che mira a sostenere e promuovere - a livello nazionale e internazionale - le eccellenze produttive e il patrimonio culturale del nostro Paese. E il design rappresenta senza dubbio un'infrastruttura immateriale strategica del made in Italy, nonché player nella sfida della sostenibilità. Non a caso il report Design Economy 2024, presentato l'8 aprile da Adi (Associazione per il disegno industriale), Fondazione Symbola, Deloitte Private e Poli.design, è stato patrocinato da Maeci e Mimit.

IL GOVERNO PER MADE IN ITALY E SVILUPPO TECNOLOGICO

«L'Italia si conferma leader nel settore del design a livello europeo. Un successo che evoca l'eccellenza del made in Italy in settori chiave, come arredamento, moda e agroalimentare, simboli del nostro patrimonio nazionale, che devono essere preservati ma che al contempo sono chiamati a innovarsi per confermare la propria competitività», ha dichiarato il ministro delle Imprese e del made in Italy, Adolfo Urso, intervenendo tramite videomessaggio. Gli obiettivi della decarbonizzazione, resi più urgenti dalla crisi climatica, l'invecchiamento della popolazione e le disparità sociali e territoriali impongono più che mai una profonda riprogettazione. Secondo il ministro Urso, «occorre innovare gli spazi pubblici e privati per ottimizzare e ridurre i consumi energetici, riformare i sistemi sanitari per assistere adeguatamente la popolazione anziana, migliorare la connettività sia fisica che digitale per elevare la qualità della vita in ogni angolo del nostro Paese». Il titolare del dicastero del Mimit rivendica quanto fatto dall'Esecutivo. «In questo contesto di transizione tecnologica e digitale, l'esigenza di nuove competenze è fattore decisivo. È dunque nostro dovere sostenere le professioni emergenti, arricchire l'offerta formativa e promuovere l'innovazione», ha aggiunto Urso, ricordando che, con la legge sul made in Italy, sono state avviate misure strategiche per rafforzare l'industria, dalla formazione di giovani talenti alla tutela dei prodotti nazionali. Deciso è, inoltre, l'impegno del governo all'integrazione delle



Courtesy: www.mimit.gov.it

Adolfo Urso, ministro delle Imprese e del made in Italy

ambientale emerge come rilevante per il settore: il livello di competenza diffuso evidenzia valori medio-alti per la quasi totalità degli operatori intervistati (88 per cento, valore in crescita rispetto all'86,9 per cento del precedente rapporto), con un picco del 96,4 per cento per le imprese oltre dieci addetti. Ben l'74,8 per cento dei soggetti intervistati ne sottolinea l'importanza nei progetti in corso. Considerando l'insieme delle imprese e dei progettisti ascoltati, circa un terzo è impegnato oggi in attività inerenti alla progettazione di packaging, valore che arriva al 50 per cento se consideriamo i soli progetti. Il report ha portato all'individuazione di 20 nuove figure professionali emergenti che evidenziano la natura mutevole e interdisciplinare del progettista. Si affacciano sul mercato il material designer, il designer per l'accessibilità e l'inclusione e il design engineer. Le imprese richiedono soprattutto digital content strategist e information designer. Sempre più centrale sarà il prompt designer/designer for Ai, in grado di creare un ponte tra tecnologia ed esigenze pratiche dei clienti.

DESIGN E TECNOLOGIA

Tra le tecnologie considerate più rilevanti dal settore spicca l'Extended Reality (40,6 per cento) che, con i suoi strumenti immersivi, abilita nuove forme collaborative e apre nuove opportunità di business. Segue l'Intelligenza artificiale (Ai) predittiva e generativa (37,7 per cento). La preparazione sulle tecnologie basate sull' Ai risulta però nel complesso ancora limitata, in linea con il contesto nazionale; ciò si traduce in un ridotto uso nella progettazione: solo poco più di 3 rispondenti su 10 ne fanno abituale ricorso. Tra gli ostacoli alla diffusione dell' Ai generativa lo studio rileva barriere linguistiche e anagrafiche: l'età media dei progettisti è spesso inversamente proporzionale alle competenze informatiche. I vantaggi nell'uso dell' Ai sono ottimizzazione dei tempi di sviluppo dei progetti, maggiore personalizzazione dei prodotti, migliori servizi ed esperienza d'uso e, infine, il valore legato alla complementarietà e sinergia tra intelligenza umana e artificiale.

• **Francesca Druidi**

L'ITALIA SI CONFERMA LEADER NEL SETTORE DEL DESIGN A LIVELLO EUROPEO. UN SUCCESSO CHE EVOCA L'ECCELLENZA DEL MADE IN ITALY IN SETTORI CHIAVE, COME ARREDAMENTO, MODA E AGROALIMENTARE, SIMBOLI DEL NOSTRO PATRIMONIO NAZIONALE, CHE DEVONO ESSERE PRESERVATI MA CHE AL CONTEMPO SONO CHIAMATI A INNOVARSI PER CONFERMARE LA PROPRIA COMPETITIVITÀ

nuove tecnologie, inclusa intelligenza artificiale, nel tessuto produttivo. «È essenziale che lo sviluppo tecnologico si traduca in un reale incremento di produttività e competitività nel rispetto dei valori di democrazia, etica e sostenibilità ambientale, sociale ed economica», ha concluso Urso.

L'ECONOMIA DEL DESIGN: UNA PANORAMICA

In base al report Design Economy 2024, presentato da Adi (Associazione per il Disegno Industriale), Fondazione Symbola, Deloitte Private e Poli.design, il settore conta 41.908 mila operatori, suddivisi tra

24.596 liberi professionisti e lavoratori autonomi e 17.312 imprese, che hanno generato un valore aggiunto pari a 3,14 miliardi con 63.485 mila occupati. Se Milano resta la capitale indiscussa del design italiano, il territorio lombardo in generale raccoglie il 29,4 per cento delle imprese italiane, il 32,7 per cento del valore aggiunto e il 27,7 per cento dell'occupazione complessiva. Seguono Veneto, Emilia Romagna e Piemonte. In queste quattro regioni si localizza il 60 per cento delle imprese del comparto.

LE TENDENZE DEL DESIGN

In base al report, il tema della sostenibilità

Uno strumento irrinunciabile

Fiera Milano gestisce il primo quartiere fieristico in Italia, presidiando numerosi comparti produttivi, prima di tutto la moda. Nel futuro il Gruppo fa leva sulla sostenibilità e sul completamento della trasformazione tecnologica e digitale. L'analisi del vicedirettore generale Roberto Foresti

«Il successo di Fiera Milano nell'aiutare le aziende che producono made in Italy risiede nella sua capacità di anticipare i cambiamenti del mercato, promuovere l'innovazione e facilitare il networking tra le imprese», spiega Roberto Foresti, vicedirettore generale di Fiera Milano.

Qual è il valore aggiunto delle vostre manifestazioni che sostengono i settori di punta del made in Italy?

«Le manifestazioni sono piattaforme per presentare nuovi prodotti, tecnologie e idee innovative, uno strumento irrinunciabile per favorire le opportunità di business. Le fiere sostengono la crescita e la competitività delle imprese italiane, incoraggiando l'adozione di pratiche avanzate e lo scambio di conoscenze. In aggiunta, fiere di rilievo internazionale attirano partecipanti da tutto il mondo, offrendo alle imprese italiane l'opportunità di aumentare la loro visibilità su scala globale favorendo l'export e la presenza sui mercati internazionali».

Cosa è cambiato con la pandemia?
«Dopo la fase pandemica, le manifestazioni hanno ripreso il loro trend. Le aziende riconoscono ancora come fondamentale lo strumento fieristico per promuoversi, soprattutto le Pmi. Le fiere sono uno strumento che attraversa le ciclicità della storia. La crescente importanza degli strumenti innovativi durante la pandemia ha evidenziato la necessità di integrare soluzioni digitali anche per amplificare la presenza degli eventi. Prima le fiere erano una piattaforma sviluppata su un unico asset, quello fisico, oggi abbiamo affiancato l'asset digitale che permette ai nostri clienti di essere 365 giorni all'anno connessi con le com-

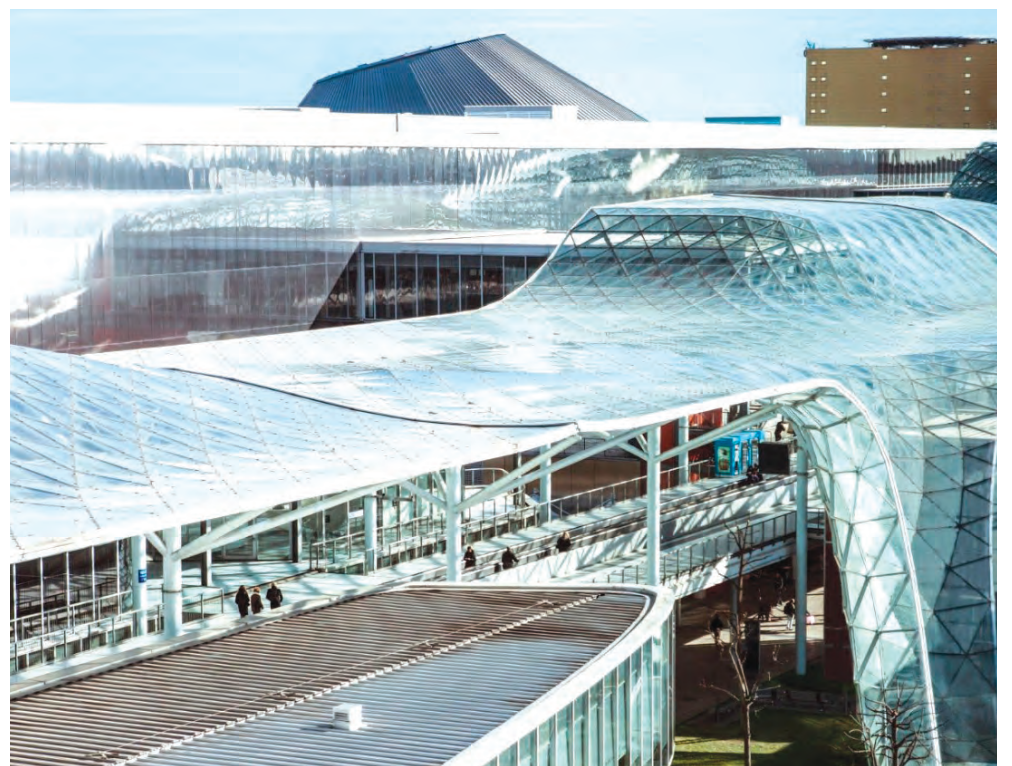
munity».

Fiera Milano ha già ricevuto diversi riconoscimenti sul fronte della sostenibilità, su tutti il "Sustainability Award Top Esg score". Come declinerà ulteriormente questo valore?

«Il 2023 è stato l'anno in cui abbiamo colto l'occasione per pensare strategicamente al futuro e a come dare ancora maggiore concretezza alla nostra mission: "una piattaforma leader, smart, ibrida per eventi innovativi, sostenibili e di portata globale". Abbiamo concentrato energie e impegno per migliorare il nostro profilo di sostenibilità, realizzando tutti gli obiettivi previsti all'interno nel nostro Piano di Sostenibilità 2021-2025 integrato nel piano strategico CONN.E.C.T. 2025. Il raggiungimento degli obiettivi annuali ci ha permesso di incrementare il nostro impegno sia dal punto di vista strategico, andando ad approfondire e misurare gli impatti che generiamo sui nostri stakeholder, che dal punto di vista del business, portando in primo piano l'attenzione che dedichiamo alla riduzione delle emissioni di Co2 derivante dai nostri eventi. Già nel corso del 2022 abbiamo infatti sviluppato un modello proprietario e innovativo di misurazione delle emissioni di Co2 generate dalle manifestazioni tenute nei nostri spazi espositivi, secondo la metodologia Lca (Life cycle assessment)».

Con quali effetti?

«La misurazione dell'impronta carbonica delle manifestazioni ci consentirà di intraprendere mirate azioni di efficientamento circoscritte alle singole fasi dell'evento e ci ha consentito per la prima volta di mappare le emissioni indirette derivanti principalmente dalla mobilità



di visitatori ed espositori. Ad esempio, le 1.256 tco2 prodotte dall'ultima edizione di Homi Fashion&Jewels sono state interamente neutralizzate, investendo in un progetto ambientale certificato che



Roberto Foresti,
vicedirettore generale di Fiera Milano

ha consentito all'evento di essere realizzato per la prima volta in modalità "carbon neutral". Il case study di Homi Fashion&Jewels è stato riconosciuto da Ufi (The Global Association of the Exhibition Industry) come esempio di best practice all'interno del settore fieristico e la metodologia innovativa sviluppata da Fiera Milano ci ha consentito di posizionarci come finalista al prestigioso premio globale Best Carbon Emissions Reduction Program nell'ambito del "Sustainable Development Award" promosso dalla stessa Ufi».

Cosa ha rappresentato il prolungamento del contratto con Lineapelle?

«Il comparto della moda rappresenta per Fiera Milano un settore strategico da sostenere per il valore dei prodotti che rappresenta, amati e ricercati in tutto il mondo. Lineapelle è la fiera internazionale più importante del suo settore che registra costantemente aumenti di visitatori a doppia cifra soprattutto sul fronte estero. Per Fiera Milano essere scelti per ospitare un evento di questa caratura è motivo d'orgoglio e dimostra la nostra capacità di offrire servizi di alto livello e in grado di soddisfare le diverse esigenze». • FD

UN IMPIANTO TRA I PIÙ GRANDI D'EUROPA

Attualmente sui tetti del quartiere fieristico di Rho è presente un impianto fotovoltaico con una potenza di 8,2 MWp, che contribuisce alla generazione di circa il 20 per cento del fabbisogno energetico di Fiera Milano. L'implementazione e l'ampliamento dell'impianto fotovoltaico decisi a novembre si collocano nel più ampio processo volto a favorire la transizione energetica della società (Fiera Milano potrà così raggiungere più velocemente i propri obiettivi di sostenibilità e risparmio sull'energia elettrica, potendo trarre vantaggio da un beneficio derivante dalla diminuzione dei costi energetici).

La sostenibilità nell'agire quotidiano

È la forma di contagio benigno che anche quest'anno metterà in circolo il Salone. Il percorso "Under the Surface" ne sarà un indizio tra i padiglioni, la revisione della policy che la persegue ne è la prova. Come spiega Maria Porro

Due anni fa aveva aderito al Global Compact delle Nazioni Unite, prima fiera del legno-arredo al mondo a farlo. Quest'anno rinnova e perfeziona la sua Politica di sostenibilità, ratificata dalla presidente Maria Porro, come si conviene a un Salone del Mobile.Milano che per natura ama sorprendere, trasgredire e divertire, ma che sulla salvaguardia di un pianeta con risorse limitate ha sempre fatto terribilmente sul serio. «Dopo l'edizione del 2022 che metteva la sostenibilità al centro con la grande installazione di Mario Cucinella e il conseguimento della certificazione Iso 20121 nel 2023- spiega Maria Porro- riteniamo fondamentale proseguire questo percorso enunciandone ufficialmente strategie e obiettivi. Come organizzatori di un evento globale, sappiamo quanto sia importante condividere con le aziende espositrici, gli allestitori, i visitatori e tutto l'ecosistema del design questa scelta etica e responsabile, misurandone i progressi in modo puntuale».

IMPEGNO CORALE PER UNA PRODUZIONE D'ARREDO RESPONSABILE

E di progressi per guidare il proprio modello di business lungo un percorso di sviluppo inclusivo, responsabile e sostenibile ne ha compiuti davvero tanti il Salone negli ultimi anni. Dalla condivisione delle Linee guida green con i player espositivi per supportarli al meglio nella progettazione, pianificazione e realizzazione delle attività in fiera; all'adesione al Decalogo di FederlegnoArredo che, prescrivendo tra le altre cose un uso consapevole delle risorse, processi produttivi sostenibili, durabilità e riuso dei prodotti, contribuisce a rendere l'intero sistema fieristico più futuribile e a misura d'uomo. Preservandone al contempo la bellezza che ogni anno si mette in mostra. «In questo senso- aggiunge la presidente del Salone- la revisione della nostra Politica di sostenibilità ci è utile per acquisire sempre più consapevolezza nel nostro agire quotidiano, ma anche nel costruire un dialogo ancora più costruttivo con tutti gli stakeholder coinvolti». Una prova plastica di quest'impegno corale a produrre arredo in modo responsabile sarà

fornita dal grande progetto "Under the Surface", un percorso allestitivo ad alto tasso emozionale per riflettere a fondo sull'impronta green, il potere, le suggestioni e le fragilità dell'acqua. «Abbiamo scelto di affrontare i temi della sostenibilità e del risparmio idrico-sottolinea Porro- perché sono centrali per l'evoluzione dell'ambiente bagno. Una stanza della casa che si è profondamente trasformata: da luogo di servizio a salotto umido. Qui piccoli gesti quotidiani in rapporto a oggetti disegnati e prodotti con intelligenza possono fare la differenza. Con "Under the surface" visualizzeremo in modo poetico i dati del settore, ne descriveremo le problematiche, racconteremo come saper collegare conoscenze, competenze e tecnologie sia importante per generare progetti e soluzioni che migliorino la vita perché rispettosi dell'ambiente».

DESIGN ITALIANO, MONTA L'ENTUSIASMO IN GIAPPONE E COREA

Affermarsi come piattaforma di percorsi ecologici virtuosi, combinata alla proposta culturale d'eccezione che solo il Salone sa regalare, diventa peraltro una chiave per valorizzare la qualità del made in Italy. Protagonista assoluta della Design Week e biglietto da visita esibito durante il road show in corso dalla fine del



Foto credit: Guido Stazzoni

Maria Porro, presidente Salone del Mobile.Milano



«ABBIAMO SCELTO DI AFFRONTARE I TEMI DELLA SOSTENIBILITÀ E DEL RISPARMIO IDRICO PERCHÉ SONO CENTRALI PER L'EVOLUZIONE DELL'AMBIENTE BAGNO. UNA STANZA DELLA CASA CHE SI È PROFONDAMENTE TRASFORMATA: DA LUOGO DI SERVIZIO A SALOTTO UMIDO. QUI PICCOLI GESTI QUOTIDIANI IN RAPPORTO A OGGETTI DISEGNATI E PRODOTTI CON INTELLIGENZA POSSONO FARE LA DIFFERENZA»

2023 che, attraverso una serie di tappe internazionali, spiega al pubblico il carattere esclusivo della destinazione Milano per chi si occupa di arredo e architettura, anticipando contenuti e obiettivi del format fieristico. «Per creare connessioni con tutta la community globale del design e condividere le prime informazioni sulla 62esima edizione- spiega Maria Porro- negli ultimi mesi siamo stati alla Red Night a Shanghai, a Parigi, Londra, Berlino, Copenaghen e Madrid. Capitali di mercati in cui volevamo sia consolidare quel forte indice di attrattività conquistato negli anni, sia rafforzare nuovi sistemi di relazione, in particolare con i Paesi del Nord Europa». Dopodiché è stata la volta degli Stati Uniti con Miami, Dallas, New York e Chicago, e del Canada con Toronto. Grazie all'Italian Design

Days, inoltre, svoltosi il 14 marzo in oltre 100 Paesi del mondo, il Salone ha fatto scalo anche in Sud Africa (Johannesburg, Pretoria, Cape Town) e in terra asiatica. Accompagnato personalmente dalla presidente, che ha guidato le spedizioni in India, a Osaka e a Seul. «Abbiamo raccolto un entusiasmo quasi sorprendente ovunque-conclude Maria Porro- anche in Cina, che rappresenta un'enorme opportunità per le nostre imprese. Così come il Giappone e la Corea e ora anche l'India, dove abbiamo verificato il grande favore che ha accolto l'idea di coniugare il progetto a 360 gradi del Salone del Mobile. È un Paese giovane, in ascesa, ha già superato come popolazione la Cina e anche qui abbiamo riscontrato una grande preparazione sul made in Italy».

• Giacomo Govoni

Dove il design evolve e crea mondi

Installazioni visionarie, neuroscienze, intelligenza artificiale, stanze del pensiero, David Lynch, le nuove suggestioni del Satellite. Rombano i motori del Salone del Mobile. Milano numero 62, al via dal 16 aprile: prepararsi al decollo

Imponente, umanocentrico, generante e rigenerativo, "out of the box". Presentare il 62esimo Salone del Mobile. Milano, pronto a scattare dai blocchi di Fiera Rho dal prossimo 16 aprile, come un evento fieristico, è come "recensire" un pavimento descrivendo una singola piastrella. Omettendo di parlare delle altre mille fatte di proposte culturali d'eccezione, pensiero e format multidisciplinari, spazi esperienziali, intelligenza artificiale. Ingredienti di un ecosistema che evolve alla velocità della luce e che attraverso visione, ascolto, capacità di analisi, entusiasmo, curiosità e una dose di resilienza ed elasticità porta benefici all'intero sistema del design. In un'ottica di costante miglioramento dell'esperienza fieristica, che viaggia con il vento della transizione ecologica a favore.

TRACCIATO PIÙ INTUITIVO

PER LE BIENNALI CUCINA E BAGNO

Più di 1900, di cui 600 giovani talenti under 35 e 22 scuole di design, gli espositori richiamati complessivamente dal Salone 2024, che tiene in serbo una miriade di novità. Dall'ottimizzazione dei layout e dei percorsi di EuroCucina e del Salone Internazionale del Bagno, le due biennali di quest'anno, che avranno un tracciato ad anello più intuitivo e ripensato da Lombardini22 con l'ausilio delle neuroscienze per migliorare l'esperienza di visita attraverso l'analisi delle reazioni emotive e percettive del pubblico; la ridistribuzione totale dei padiglioni con l'obiettivo di raggruppare gli espositori per contenuto e target di visitatori; un'avveniristica campagna di comunicazione che, grazie all'AI, raccoglierà le conversazioni della co-

munità internazionale del progetto; la collaborazione con il Dipartimento e la Scuola del Design del Politecnico di Milano, volta ad approfondire il "fenomeno Salone" nella sua portata socio-economica sul territorio. A ciò si aggiungono le celebrazioni focalizzate sul tema "Connecting Design since 1998" per i 25 anni del SaloneSatellite. Con una mostra in Triennale che, al di là dei tradizionali canoni espositivi, sarà una vera e propria Wunderkammer di oggetti, prototipi, schizzi, immagini e testimonianze. Nel suggestivo mosaico della manifestazione, composto naturalmente anche dai tradizionali Saloni internazionali del Mobile, del Complemento d'arredo, Workplace3.0 e S.Project, non mancheranno poi conferenze e tavole rotonde con ospiti internazionali, workshop verticali su temi caldi della progettazione e incontri formativi per i giovani. Previste anche installazioni site specific immersive e interattive per conoscere lo stato dell'arte dell'industria o riflettere sul valore fisico ed emotivo degli interior, performance artistiche per generare visioni di domani; bookshop e un'arena circolare. Il tutto per regalare ai visitatori un'esplorazione soggettiva, memorabile e unica per capacità di creare connessioni (anche di business) di lungo periodo.

SEI PERFORMANCE PER ESALTARE L'ALLEANZA ARREDO-NATURA

Nella galassia colorata e creativa del Salone milanese, concepita sotto l'egida di una filosofia human-at-the-center, tre grandi installazioni domineranno la scena. La prima, allestita nei padiglioni 5-7, sarà "Interiors by David Lynch. A Thinking Room" firmata dal celebre regista dell'inconscio. Due speculari "stanze del pensiero" immaginate



come porte simboliche da attraversare per immergersi nella Manifestazione e per indurre a una riflessione originale e immaginifica su quanto la produzione di interni stia in relazione profonda con l'interiorità di chi, quello spazio, lo arreda come proiezione esteriore del sé. Al potere, fascino e alla fragilità dell'acqua si ispirerà invece "Under the Surface", la seconda installazione progettata e realizzata da Accurat, Design Group Italia ed Emiliano Ponzi per il padiglione 10 del Salone Internazionale del Bagno. Dove ci si chiederà a che punto è il design rispetto alla sostenibilità idrica, sensibilizzando lo spettatore a ragionare sulla relazione positiva e "amicale" con la risorsa naturale più preziosa sulla terra e analizzando il ruolo della filiera dell'arredobagno nel guidare verso un uso più consapevole dell'acqua. Associata al tema del cibo e radunata sotto il cappel-

lo "All you have ever wanted to know about food design in Six performances" sarà invece la terza installazione. Un grande palcoscenico fluido e accogliente al centro di EuroCucina che ospiterà sei food magazine indipendenti internazionali per presentare una visione inedita e originale degli ingredienti offerti dalla natura, in compagnia di artisti, designer e chef da tutto il mondo. Fucina di idee, spunti e speaker di caratura mondiale sarà infine il programma 2024 di talk e tavole rotonde curato da Annalisa Rosso. In pista dalle ore 11 di ogni mattino presso l'Arena "Drafting Futures" disegnata da Formafantasma, che proprio in questa edizione terrà a battesimo la Biblioteca del Salone del Mobile. Dove troveranno casa volumi destinati a cambiare - in meglio - le nostre azioni e le prospettive future.

• Giacomo Govoni

AL POTERE, FASCINO E ALLA FRAGILITÀ
DELL'ACQUA SI ISPIRERÀ INVECE "UNDER THE
SURFACE", LA SECONDA INSTALLAZIONE
PROGETTATA E REALIZZATA DA ACCURAT, DESIGN
GROUP ITALIA ED EMILIANO PONZI PER IL
PADIGLIONE 10 DEL SALONE INTERNAZIONALE
DEL BAGNO



Mobili della scuola?

Da recuperare e valorizzare

Gli arredi nelle aule dei nostri istituti possono avere una seconda vita, seguendo i principi della sostenibilità e della tutela ambientale. E tornare più funzionali di prima. Emidio Salvatorelli illustra il caso dell'abruzzese Vastarredo

Garantire una seconda vita alle aule di tutte le scuole. È il credo di Emidio Salvatorelli, ceo dell'abruzzese Vastarredo Srl, azienda che da 67 anni produce arredi didattici per tutti gli ordini e gradi, dall'infanzia alle superiori. Il futuro rappresentato dalle nuove generazioni incontra così il futuro di una produzione sostenibile e rispettosa dell'ambiente proprio a scuola, cioè in quel luogo deputato per definizione a plasmare il futuro stesso. Il nome dell'operazione che Vastarredo ha dedicato allo scopo è Progetto Riuso. «Con questo – spiega Salvatorelli – vogliamo rendere le aule scolastiche belle, sostenibili e sicure. E per farlo usiamo legno e materiali a cui diamo una seconda vita, certificati per assicurare il benessere di alunni e insegnanti. Spesso banchi, armadietti e attaccapanni usati hanno una



parte delle strutture molto usurate (ad esempio ripiani e appoggi a pavimento) e una parte completamente intatta (telaio metallico). L'idea è di recuperare tutte le parti ancora utilizzabili e cambiare solo le componenti necessarie, permettendo una rinascita degli arredi e riducendo l'utilizzo di materia prima vergine. L'azienda utilizza materia prima seconda vita per il rinnovo delle parti usurate e pannelli di truciolare riciclato 100 per cento proveniente dalla raccolta di scarti di lavorazione e da parti di mobili non più riutilizzabili».

Ma il progetto realizzato dall'impresa di Vasto (Ch) prevede anche un aspetto pedagogico «attraverso il coinvolgimento, da sviluppare con i dirigenti e gli alunni della scuola – continua Salvatorelli –, in ambito di economia circolare, con visite guidate presso gli stabilimenti di produzione. L'azienda si rende disponibile a sele-

Vastarredo ha sede a Vasto (Ch)
www.vastarredo.it

zionare le scuole più interessate, per realizzare gratuitamente un'aula modello arredata con tutti i nostri mobili. Il coinvolgimento riguarda anche lo studio dell'impatto ambientale e del calcolo dell'impronta ecologica della propria aula. In questo modo l'arredo della classe diventa materia di approfondimento e formazione. Oltre alla progettazione dei mobili scolastici, lo studio riguarda la possibilità di risolvere problemi di acustica e di organizzazione degli spazi (sotto banchi, ripiani e spazi per l'insegnante). Un aspetto importante è legato alla sicurezza, infatti questi mobili di ultima generazione sono studiati e certificati appositamente per non lasciare cavi

elettrici scoperti, per garantire gli spazi per i dispositivi elettrici ed elettronici e per le nuove strumentazioni didattiche».

Vastarredo garantisce anche il servizio di ritiro dell'usato «così da completare il ciclo e assicurare un recupero delle materie prime anche per quei mobili che non possono essere riutilizzati così come sono – prosegue il ceo dell'impresa chietina –, ma devono essere separati e riciclati a seconda del materiale d'origine. Inoltre, per noi è importante assicurare il benessere dei bambini e degli insegnanti, mantenendo sempre la qualità degli arredi estremamente alta. Tutti i mobili sono infatti certificati e conformi alle norme vigenti. Un ambiente di apprendimento sano e ordinato rende piacevole la permanenza e l'accoglienza degli alunni negli spazi scolastici».

Un altro aspetto da considerare è la progettazione personalizzata. «Vastarredo dispone di un software di progettazione aziendale, presente sul web, accessibile ad ogni scuola per personalizzare i propri ambienti – dice Salvatorelli –, È disponibile un catalogo digitale grazie al quale ciascun operatore scolastico può selezionare i mobili, i colori, le composizioni e le rifiniture che predilige, avendo a disposizione una vasta scelta e un'ampia varietà di colori. Il sistema è poi in grado di generare un rendering in 2d e 3d per mostrare l'effettiva composizione scelta. A quel punto si procede in automatico con l'ordine di tutti i componenti, risparmiando tempo e riducendo la possibilità di errore nella compilazione».

Infine, sempre in ambito di sostenibilità ed economia circolare, l'azienda ha puntato sulle energie rinnovabili anche per le proprie produzioni. «Utilizziamo pannelli di legno riciclato 100 per cento certificati Fsc: nel 2023 abbiamo consumato 4000 metri cubi di pannelli risparmiando il taglio di 2700 alberi, pari all'assorbimento di CO₂ di 66 tonnellate. Inoltre, da tempo seguiamo i principi dei cosiddetti acquisti verdi della Pa, regole e criteri contenuti nel Gpp (Green Public Procurement). Oggi, poi, tutti i criteri ambientali, sociali ed economici sono stati raccolti dall'Onu nella formula Esg. E Vastarredo ha una posizione eccellente nei Rating Esg, per questo da tre anni gli viene riconosciuta da Forbes, da Kon da Élite la presenza tra le top 50 aziende più sostenibili in Italia». • Renato Ferretti



INVESTIMENTI PER IL RISPARMIO ENERGETICO

«Vastarredo ha puntato sulle energie rinnovabili – dice il ceo dell'azienda abruzzese, Emidio Salvatorelli –, facendo installare sulla quasi totalità della copertura degli stabilimenti produttivi una superficie di pannelli fotovoltaici in grado di produrre annualmente circa 4.000 MWh, che corrispondono anche a una conseguente riduzione di 1.440 tonnellate di CO₂. Inoltre, l'impianto fotovoltaico ha, tra gli altri vantaggi, quello di ridurre la temperatura all'interno delle aree produttive durante la stagione estiva, poiché minimizza l'assorbimento di energia solare, e di migliorare anche il benessere degli ambienti di lavoro. Per ridurre i consumi energetici, sono stati installati negli impianti produttivi dei motori ad alto rendimento, che hanno permesso un risparmio quantificabile in circa 190mila kWh e un conseguente minore impatto di emissioni di anidride carbonica pari a 73 tonnellate per anno. A questi importanti investimenti tecnologici sono state affiancate delle politiche di costante monitoraggio dei consumi dei singoli macchinari, allo scopo di individuare consumi anomali o trend negativi sui quali intervenire, anche in termini di manutenzione preventiva».





Vastarredo, arredi didattici innovativi

RIUSO: RENDIAMO LE AULE SOSTENIBILI E SICURE

Da 70 anni le nostre radici dimorano nell'Italia dell'imprenditoria artigiana e industriale. Siamo cresciuti misurandoci con le sfide del mercato grazie ai valori che portiamo con noi. Gli stessi che ci hanno permesso di superare tanti ostacoli sempre e comunque stimolanti. Sinergie tra i marchi, proposte di rete, strategie in continuo rinnovamento. Queste azioni ci hanno consentito un'evoluzione continua e l'anticipo costante sul futuro. Dal passato e dalle nostre radici abbiamo ereditato esperienza e professionalità. Nel presente cogliamo continuità e innovazione e per il futuro siamo già pronti, ecco perché facciamo impresa con etica sociale, innovazione e rispetto dell'ambiente. Lo sviluppo di nuove linee di prodotto e il posizionamento su nuovi segmenti di mercato: sfide che ci siamo prefissi di affrontare e vincere. Lavoriamo con passione e perseveranza, perché vogliamo migliorare la qualità della vita alla nostra generazione e a quella futura.

vastarredo
arredi didattici innovativi



Belli “dentro e fuori”

Silvia Erba descrive la produzione dell'azienda di famiglia, che da oltre cinquant'anni realizza vasi per uso professionale per interni ed esterni, rivolgendosi a una clientela che spazia da floricoltori e specialisti, ai semplici appassionati del settore e a tutti coloro che desiderano un complemento d'arredo di altissima qualità e che rispetti l'ambiente

Un vaso è un piccolo mondo a parte, poliedrico, multifunzionale e grande alleato di ogni interior ed exterior design. I vasi oggi vengono visti sempre più come veri e propri complementi d'arredo, oltre a ricoprire la loro funzione, infatti tendono a coniugare l'aspetto estetico con la funzionalità, cercando di venire incontro alle necessità della pianta da coltivare al loro interno. Attenzione particolarmente seguita da Erba Srl i cui vasi arredano con materiali, dimensioni e colori sempre più eleganti e particolari. L'azienda è stata fondata dai fratelli Angelo e Serafino Erba nel 1971 specializzandosi fin dagli inizi negli stampi a iniezione, con una produzione indirizzata verso la produzione di vasi che ancora oggi rappresenta il core business dell'azienda. Oggi il timone della Erba è passato alla seconda generazione, rappresentata dalle sorelle Elena e Silvia e i cugini Carlo e Fabio Erba. Abbiamo incontrato Silvia Erba.

Che cosa vi contraddistingue maggiormente?

«Da oltre 50 anni ci occupiamo di produrre vasi in plastica, lo facciamo coniugando una profonda ricerca sui materiali alle tecniche di produzione più all'avanguardia, associando

Silvia Erba, contitolare della Erba di Bussero (Mi)
www.erbasrl.it



do il design alla fruibilità, la durevolezza di materiali e colori agli standard estetici contemporanei.

Curiamo il design, quindi, ma senza tralasciare l'attenzione per l'ambiente e le continue innovazioni di cui il settore è oggetto. Per la nostra azienda scegliamo, da sempre, il meglio della tecnologia disponibile, la stessa logica vale per la scelta e la selezione delle materie prime: solo miscele di polipropilene di primissima qualità. L'eccellenza di Erba non è esclusivamente legata ai prodotti, ma anche al servizio fornito dal nostro team che si distingue per tempestività e precisione, contando anche su collaboratori esterni e aziende terziste di notevole affidabilità. I nostri prodotti sono tutti riciclabili al 100 per cento e sono al 100 per cento made in Italy».

Come si dispiega la vostra offerta?

«La nostra offerta è ampia e copre ogni tipo di richiesta, dalle seminiere per l'ortofloricoltura ai coprivaso di tendenza. Studiamo

ogni prodotto per rispondere al meglio alle necessità finali per le quali viene progettato. I nostri prodotti sono suddivisi in otto linee: Inerba, Casa, Natura, Roof, Green Pop, Coltivazione, Fioristi e Ortofloricoltura. Questa suddivisione ci permette di soddisfare tanto il floricoltore più esigente quanto il consumatore più attento. Ogni prodotto è caratterizzato da un ottimo rapporto qualità prezzo, questo perché la nostra azienda crede da sempre che la soddisfazione del cliente sia il migliore biglietto da visita per promuovere la propria attività».

Nei confronti della sostenibilità quali impegni seguite?

«Fin dalle nostre origini siamo stati lungimiranti e abbiamo fatto una scelta ben specifica in direzione della sostenibilità, quando ancora non se ne parlava: scegliendo di produrre vasi durevoli nel tempo. Un prodotto così resistente come il nostro è sicuramente più ecologico: la plastica può avere mille

vite, se è durevole, come la nostra, va oltre. Tra i vari accorgimenti usati dalla nostra azienda, puntiamo soprattutto sulla plastica post consumo (o Pcr, una materia prima ottenuta dai rifiuti plastici della raccolta differenziata) che provenga però esclusivamente dall'Europa, più che su quella seconda vita di origine industriale. Dal nostro punto di vista non porta benefici utilizzare un post consumo che ha girato due volte il mondo, il risparmio in termini di CO2 andrebbe perso. Noi di Erba confermiamo il nostro impegno per la sostenibilità ambientale anche attraverso la continua ricerca tecnologica che ci permette di produrre partendo dai rifiuti plastici urbani senza perdere in qualità, durabilità e funzionalità del prodotto. Tutti i prodotti Erba sono riciclabili al 100 per cento, questo significa che il loro ciclo vitale non termina a fine utilizzo perché il prodotto torna a essere risorsa grazie a una circolarità produttiva virtuosa che riduce gli sprechi e l'impatto sul nostro Pianeta».

La vostra linea Green Pop che caratteristiche possiede?

«Il 95 per cento della plastica impiegata per la creazione dei prodotti Green Pop deriva dalla raccolta differenziata urbana: dai rifiuti di casa. In genere chi realizza prodotti riciclati dalla plastica parte dagli scarti industriali: nel caso di Green Pop, la materia prima proviene dalla plastica raccolta nei sacchi gialli, in Italia e in Europa».

Come sta andando il vostro mercato?

«Ci possiamo ritenere soddisfatti sia per quello che riguarda la redditività che per gli investimenti pianificati, che comprendono nuove presse a risparmio energetico. Abbiamo previsto 3 milioni di euro per nuovi impianti. Le novità inserite nel catalogo 2024 incentiveranno sicuramente le vendite».

Dove si possono trovare i vostri articoli?

«La proposta di Erba, suddivisa nelle due linee garden hobbistica e professionale, spazia dalle seminiere per l'ortofloricoltura ai coprivaso di design, anche in futuro continuerà a intercettare le esigenze di una clientela cosmopolita e internazionale, lanciando nuove proposte e soluzioni per il comparto. I nostri prodotti si possono trovare dai venditori autorizzati e online». • CG

OGNI PRODOTTO È CARATTERIZZATO DA UN
OTTIMO RAPPORTO QUALITÀ PREZZO, QUESTO
PERCHÉ LA NOSTRA AZIENDA CREDE DA SEMPRE
CHE LA SODDISFAZIONE DEL CLIENTE SIA IL
MIGLIORE BIGLIETTO DA VISITA PER PROMUOVERE
LA PROPRIA ATTIVITÀ



ANNIVERSARY 50th

Fioriera con cestello, griglia per riserva, predisposizione per ruote (incluse), disponibile nella misura 75x33x65 cm, nei colori antracite, mandorla e tortora.

La linea ROOF di Erba Srl è nata per l'outdoor ma molti la utilizzano anche tra le mura domestiche. I quattro prodotti proposti sono classici rivisitati secondo le tecniche produttive più avanzate e sono composti dalle migliori miscele plastiche, sono ecosostenibili e belli. Stiamo parlando di Anniversary 50th, Anniversary Small, Cube 50th e Relax 50th. Questi quattro prodotti sono accomunati dalle linee rigorose e da una finitura ruvida che li rende fortemente materici. I prodotti possono essere utilizzati insieme, creando combinazioni di colori, altezze e volumi differenti per interpretare al meglio lo spazio da arredare.



**AMORE PER I VASI,
PASSIONE PER IL VERDE**

www.erasrl.it

ANNIVERSARY SMALL

Fioriera con cestello, griglia per riserva, predisposizione per ruote (incluse), disponibile nella misura 75x33x33 cm, nei colori antracite, mandorla e tortora.

CUBE 50th

Fioriera con cestello, ruote, griglia per riserva, disponibile nelle misure 33x33x33 cm; 40x40x40 cm; 50x50x50 cm, nei colori antracite, mandorla e tortora.

RELAX 50th

Cassetta con cestello e griglia per riserva, disponibile nella misura 40x18x18 cm, nei colori antracite, mandorla e tortora.





Blindoser, serramenti da quattro generazioni.

Ciò che caratterizza da sempre Blindoser è il solido rapporto lavorativo con clienti e fornitori basato sulla trasparenza e fiducia reciproca. L'azienda si contraddistingue per valori quali qualità, professionalità e competenza mettendo a disposizione personale veloce e qualificato. L'obiettivo è quello di garantire la massima qualità nel servizio di progettazione, realizzazione e posa di infissi e serramenti. Per questa ragione si è deciso di adottare un sistema internazionale di gestione della qualità, per assicurare una migliore efficienza dei processi produttivi. La lunga tradizione imprenditoriale e la sua capillare presenza sul territorio lombardo garantiscono all'azienda l'approvvigionamento dei migliori materiali sul mercato. Ecco perché è in grado di offrire al cliente un prodotto di qualità, made in Italy al 100%. Tra i fiori all'occhiello dell'azienda, la porta in laminato Blindoser, un prodotto che ha saputo evolversi acquisendo livelli di qualità e stile molto elevati e che consente di combinare in modo intelligente estetica ed accessibilità. Per rispondere alle esigenze dell'abitare contemporaneo, Blindoser si è concentrata su materiali innovativi capaci di portare anche nelle collezioni di porte in laminato un perfetto mix di design e qualità tecnologica.

 **Blindoser**
finestre e serramenti *di qualità*

Blindoser Srl

Via Einaudi, 3 Loc. Moie 25050 Rodengo Saiano (BS) ITALIA

Cell. 351 616 3082 Tel. 030 6811013

commerciale@blindoser.it - www.blindoser.it

Dove il design si fonde **con l'arte**

Un viaggio poetico ed emozionante tra funzionalità ed estetica, materia e colore, luce e benessere. L'interior design nelle parole di Ombretta Dal Zin, che riassume il proprio lavoro nella progettazione di ambienti

Equilibrio, materia, colore, anima, bellezza, emozione, luce, benessere». Per Ombretta Dal Zin, titolare del gruppo veneto L'Ambiente, l'essenza stessa dell'interior design sta qui, si lascia intuire in queste parole chiave. Ed è uno studio che non conosce sosta, come si capisce sbirciando dietro le quinte dell'azienda veneta. «Vivere la casa è un piacere che si rinnova di continuo – premette Dal Zin –: autentico, naturale, personale. Un'emozione che si ritrova nella ricerca di soluzioni sempre nuove, studiate per le esigenze e le istanze di chi vive gli spazi. L'Ambiente ha saputo farsi interprete di una filosofia dell'abitare incentrata sulla personalizzazione degli spazi in cui l'interior design diventa il ponte di collegamento tra bellezza, ergonomia e funzionalità. Un'estetica funzionale per immaginare, progettare e creare ambienti perfettamente efficienti, su misura e belli da vivere. Coniugare il bello e la funzionalità è per noi una scelta naturale, il binomio perfetto per arredare in modo unico e originale ogni ambiente».



Torniamo alle parole chiave con cui descrive il suo lavoro.

«L'equilibrio è quella sottile linea di demarcazione che permette di sentirsi bene all'interno di uno spazio. Per materia, intendo l'arte nell'uso dei materiali differenti, che danno vita a un ambiente. Il colore, poi, è una delle possibilità che abbiamo di esprimere la nostra personalità e che quindi caratterizza lo spazio. Per quanto riguarda l'anima, per noi è qualcosa che si trova ovunque, si tratta solo di osservare con attenzione. La bellezza, invece, è lo stupore, la salvezza dalla mediocrità, l'innamoramento. Il volersi bene. L'emozione è il vibrare della vita, il vivere l'esperienza, mentre la luce è la vita stessa, ciò che anima lo spazio. Infine, il benessere è ciò di cui tutti noi abbiamo bisogno, una direzione da intraprendere. In questo percorso c'è anche il sentirsi bene nello spazio in cui si vive. Perché il benessere passa anche da qui».

In cosa consiste, in concreto, il vostro lavoro?

«I nostri professionisti sono consulenti che ascoltano innanzitutto la voce del cliente per comprendere a fondo le sue necessità e creare soluzioni esclusive. Riconoscere il

bisogno è la condizione primaria del design, è questa la vera sfida. Di conseguenza le scelte progettuali devono essere in grado di rispondere alle reali esigenze e ai bisogni di chi abiterà questi spazi. La nostra storia è iniziata nel 1990 con l'apertura del primo negozio nella provincia di Treviso. Con il passare degli anni siamo diventati un punto di riferimento non solo in Veneto e in Friuli, regioni dove operiamo con sei punti vendita, ma anche in tutta Italia, in Europa e in tutti i Paesi nei quali abbiamo portato la nostra professionalità e le nostre realizzazioni».

Cosa bisogna aspettarsi nei vostri showroom?

«Gli spazi espositivi presentano proposte selezionate di arredo contemporaneo dei migliori brand, per soluzioni adatte sia alle abitazioni private sia all'hospitality. Sono un viaggio sensoriale, una totale immersione nella forma e nella materia tra spazi abitativi che parlano di eccellenza. Sono luoghi dove toccare con mano materiali e finiture così da vivere a pieno l'esperienza del progetto insieme ai nostri professionisti e dove scegliere le migliori soluzioni d'arredo, dall'ideazione alla fase esecutiva del progetto».

In che modo seguite il cliente nel progetto?

«Studiare i suoi gusti e stili di vita, costruire insieme lo spazio abitativo ideale, con passione, estro e professionalità: questi sono i nostri punti di forza. La bellezza ha diverse forme. Progettiamo gli spazi affinché diventino lo specchio della personalità e del gusto dei nostri clienti: forme, finiture e colori. Studiamo ogni cosa nel dettaglio per offrire soluzioni di interior design complete senza dimenticare ergonomia e funzionalità. Ma in particolare, la professionalità è sempre stato il punto da cui iniziare a esprimere il proprio saper fare: è per questo che oggi L'Ambiente è un hub di consulenti esperti che hanno nella competenza e nell'empatia le loro caratteristiche principali. Preparazione e ascolto, da qui nascono le soluzioni e le proposte più adatte alle diverse esigenze. A tutto ciò si aggiunge un'identità di impresa in grado di proporre i migliori brand a livello internazionale che sono il frutto di collaborazioni con aziende

Ombretta Dal Zin, titolare del gruppo L'Ambiente, con sede a Motta di Livenza (Tv) - www.lambiente.it



che hanno anch'esse una visione d'insieme sul tema del design. Perché alla fine il design non è altro che una forma di rappresentazione delle emozioni umane, una modalità per entrare in relazione con sé stessi e con gli altri». • **Elena Ricci**

UN LUOGO DEL DESIDERIO

«Quello a cui puntiamo è essere emblema di eccellenza nel Nord-Est d'Italia per concezioni d'arredo e design su misura – dice Ombretta Dal Zin, titolare del gruppo L'Ambiente –, aprire le porte dei nostri showroom non solo come spazi espositivi, ma come autentici crocevia di incontri e di condivisione, dove l'esperienza dell'abitare prende vita attraverso il dialogo empatico con esperti del settore, plasmando progetti che abbracciano l'anima e si concretizzano nella forma. E ancora, essere un luogo dove il desiderio si traduce in un armonioso equilibrio di forme e cromatismi. Dove fin dal primo incontro, ogni germoglio di idea è accarezzato e coltivato con cura attraverso una selezione sapiente dei materiali, illuminato dall'arte dello studio della luce e dei colori, sviluppato con una visione olistica grazie alla quale ogni elemento viene ponderato e integrato armoniosamente nel concept complessivo. Il risultato finale sarà di una bellezza ogni volta diversa e dalla forte personalità».

Il laboratorio dell'upcycling

Creatività è la parola d'ordine di 13RiCrea. Nata 15 anni fa dalla volontà di Angela Mensi di cercare una soluzione per recuperare materiali di scarto industriale coi quali realizzare nuovi oggetti. 13 RiCrea è un'azienda dell'eco design del lusso che coniuga il mondo del design con il concetto etico del recupero di materie prime e risorse che vengono riutilizzate per dare vita a nuovi prodotti. Con avanguardia interpreta le esigenze di un target moderno e versatile, realizzando arredi ed oggettistica impiegando materiali inconsueti

I valori dell'upcycling e recycling rientrano pienamente nell'ottica di un'economia circolare e sostenibile. Utilizzare materiali di recupero ai quali dare una seconda vita, infatti, fa parte di uno degli obiettivi prioritari della green economy. Anche per Angela Mensi, fondatrice nel 2007 di 13RiCrea, materie e materiali derivanti dal recupero di scarti industriali sono fonti alle quali attingere per creare nuovi oggetti e realizzare nuovi prodotti. È così che ritagli di tela nautica, PVC, impiegato nella produzione di tensostrutture, gazebo, teloni dei camion, materiali nuovi e puliti, danno vita a petali colorati impiegati come rivestimento per sedute e vasi outdoor inconsueti e attraenti; oppure che ritagli di feltro dalla produzione di solette per calzature si trasformino in rose o riccioli per rivestire magicamente puff, poltrone e divani sfoderabili.

Anche diversi altri materiali che le produzioni industriali non possono più utilizzare, nuovi, puliti, vengono così riabilitati, esaltati in un'ottica di recupero felice, gioioso ed eticamente produttivo. La forza del nostro operato è nelle dimensioni e nella manualità, siamo volutamente rimasti "laboratorio artigianale" per trasmettere creatività ed energia attraverso le mani. Tutti i prodotti,

Angela Mensi, titolare del laboratorio 13RiCrea di Serralunga di Crea (AL) - www.13ricrea.com



infatti, sono realizzati a mano con l'utilizzo di poche attrezzature semplici, nella convinzione che, attraverso le mani, si possano trasmettere intenzione, volontà, forza e passione. Queste caratteristiche ci consentono la collaborazione con architetti, realizzazioni personalizzate a disegno, operazioni di restyling, allestimenti particolari ed artistici per fiere ed eventi. La produzione è esclusivamente italiana e il nome stesso dell'azienda, che ha sede in Piemonte a Serralunga di Crea, sottolinea l'importanza della salvaguardia del territorio e del made in Italy.

Come è nata la vostra azienda?

«Un giorno vidi passare dei container carichi di scarti plastici di un'azienda della zona e rimasi molto colpita dal fatto che quei materiali, nuovi e mai toccati da nessuno, fossero destinati a finire in discarica. Questo mi spinse a trovare una soluzione. Quel giorno era nel 2007, quando ancora temi come upcycling e recupero di scarti industriali non erano considerati importanti come oggi. Lavorare recuperando gli scarti di terzi era un processo che ai tempi non era consuetudine, a me sembrò che contenesse un valore aggiunto. Condivisi l'idea con alcune amiche e pensammo di unire l'utile al dilettevole incominciando a recuperare materiali come il feltro, il PVC, la tela nautica. Il proposito era di arricchire il concetto di design includendo

nella lavorazione proprio quei materiali di avanzo che, invece di essere smaltiti, potessero essere convertiti in oggetti nuovi tramite un processo di upcycling».

Cosa intendete per riuso creativo?

«Trovare un nuovo utilizzo per un materiale che ormai ne è privo. I materiali non vengono distrutti o smaltiti, vengono invece convertiti in oggetti nuovi e di migliore qualità».

Nell'ottica del riciclo dei materiali da cosa partono i progetti?

«Il punto di partenza sono i ritagli stessi della lavorazione precedente o le rimanenze interessanti delle produzioni aziendali. Attraverso i contatti con le aziende, recuperiamo gli scarti e da lì sviluppiamo la parte di studio e di progetto di nuovi prodotti. Ad esempio, partendo da alcuni teli di ecopelle e dalle loro dimensioni abbiamo potuto realizzare borse particolari, minimali di design».

Quali sono i vostri punti di forza?

«Innanzitutto i nostri materiali hanno un grande potere attrattivo. Durante gli eventi ci accorgiamo che chiunque si avvicina ai nostri oggetti ha la tentazione di toccare i prodotti proprio perché realizzati con materiali "fuori luogo" e la particolarità dei decori riesce a nascondere l'origine dei materiali senza modificarne la natura, ma sfruttando le doti spesso eccezionali che possiedono. Consapevolezza ambientale e sviluppo sostenibile sono i nostri valori fondamentali».

Che caratteristiche hanno i vostri prodotti?

«13RiCrea crede molto nell'innovazione digitale, grazie alla quale può far conoscere i suoi prodotti in tutto il mondo. I prodotti 13RiCrea sono infatti oggetti unici, pezzi da collezione e non vengono pertanto prodotti in serie, ma sono frutto di un processo interamente artigianale e 100 per cento made in Italy. La collezione Indoor, ricercata e raffinata, si presenta con un assortimento di prodotti realizzati, nella quasi totalità, in feltro, moquette ed erba sintetica. Ogni oggetto può essere rivestito con una decorazione di rose, riccioli, trecce, fiori, stelle, prati sintetici. La collezione Outdoor, classica e gioiosa nello stesso tempo, utilizza materiali particolari, ad esempio tessuti impiegati in nautica, tensostrutture, tende da esterno. Ogni oggetto/arredo può essere realizzato con svariati decori e colori a scelta. Ma soprattutto 13RiCrea è da sempre dedicata alle personalizzazioni rispettando e interpretando il concept del cliente, impiegando i materiali più svariati e con le dimensioni più diverse. Lo scopo è il recupero e il divertimento, senza mai dimenticare l'utilità con un pizzico di ironia. Tra le ultime novità spicca la linea Green Green fatta con il tappeto erboso sintetico». • **Beatrice Guarnieri**

NUOVO LOOK AGLI SPAZI

13RiCrea oggi punta anche al lavoro su commissione conto terzi e sull'home staging. Nuova tendenza, quest'ultima, che consiste nella messa in scena degli ambienti domestici attraverso lo studio di un look specifico fatto di complementi, arredi, tessuti, punti luce e colori.

Con i suoi mobili e accessori originali e colorati, Angela Mensi riesce a dare un nuovo look ad ambienti che hanno l'esigenza di una "rinfrescata" per tornare ad essere appetibili sul mercato.

The source
of our inspiration
is upcycling:
the "creative reuse"
of materials

La nostra fonte d'ispirazione nasce dalla materia



L'ingegno allunga la vita.

Upcycling: "riuso creativo".

Trovare un nuovo utilizzo per un materiale che ormai ne è privo.

I materiali non vengono distrutti o smaltiti vengono invece convertiti in oggetti nuovi e di migliore qualità.

Our ingenuity prolongs life.

The source of our inspiration is upcycling: the "creative reuse" of materials.

This involves finding a new use for a material that has lost its function. Materials are not destroyed or disposed of, instead they are converted into new, better quality items.



13ricrea.com

 **ricrea**
eco projects looking at a sustainable future

Acustica, etica ed estetica

L'architetto Elettra de Pellegrin ha creato il neologismo "acoustethics" per sintetizzare la triplice mission della sua azienda che coniuga soluzioni fonoassorbenti a una costante attenzione estetica, rendendo ogni ambiente un perfetto luogo da vivere

Negli ultimi anni, complice anche il periodo di pandemia, si può osservare una ritrovata crescente centralità degli spazi domestici, siano essi vissuti come quotidianità, oppure in parte trasformati in ambienti di lavoro. Parallelamente a questa tendenza, anche le aziende corporate hanno dimostrato una particolare attenzione a creare ambienti lavorativi sempre più accoglienti, interpretando la produttività delle risorse come qualcosa di imprescindibile dal loro benessere fisico e psicologico; inoltre, molte normative europee hanno contribuito ad accelerare questo processo, richiedendo certificazioni ecologiche particolarmente attente alla qualità ambientale per le persone.

In tale direzione, Slalom Srl ha anticipato la sensibilità contemporanea, proponendo soluzioni per l'isolamento acustico non soltanto altamente performanti e particolar-



mente sostenibili, ma anche contraddistinte da uno spirito Pop capace di valorizzare ogni ambiente a cui sono destinate, così da unire acustica ed estetica per una migliore qualità della vita.

«Tra le sfide che l'architettura contemporanea si trova a fronteggiare – racconta Elettra de Pellegrin, ceo di Slalom –, l'acustica è un aspetto cruciale nella progettazione degli spazi e degli edifici, ed è sorprendente notare quanto poco se ne parlasse in Italia solo un decennio fa, affrontandola perlopiù a cantiere chiuso. Oggi è un aspetto che non può essere più trascurato, specialmente in virtù delle normative europee che ne sottolineano il valore e degli studi che ne evidenziano l'influenza in ambito psicofisico».

Con sede a Milano, in una casa di ringhiera a due passi da San Babila, in un contesto creativo molto in linea con la sensibilità aziendale, Slalom rappresenta un'eccellenza nel campo delle soluzioni fonoassorbenti legate al tessile, sia per la qualità del suo team, sia per l'impegno nella sostenibilità, con alcune collezioni che raggiungono una percentuale di riciclo del 96 per cento.

«Fin da subito – continua Elettra de Pellegrin –, ci siamo contraddistinti per un approccio costantemente dedito alla ricerca di materiali e tecnologie di lavorazione, focalizzandoci sulla sostenibilità e sull'etica aziendale. Infatti, il feltro e la lana che co-

stano a formare una straordinaria innovazione frutto di due anni di ricerca: alcuni prodotti realizzati con materiali bio-based».

Argomento sfidante e di sicuro interesse, lo sviluppo di soluzioni bio-based applicate all'acustica è l'attuale espressione della costante attenzione di Slalom per "l'acoustethics", neologismo creato da Elettra de Pellegrin per sintetizzare la triplice mission della propria azienda: acustica, etica ed estetica.

«La stretta collaborazione con gli architetti, da sempre i principali ambasciatori del nostro brand nel panorama globale – conclude Elettra de Pellegrin –, ha permesso di dedicarci a una ricerca costante nel campo dei materiali. Le nostre soluzioni bio-based, infatti, attingono da un bacino di pura ricerca. Unendo petali, fiori e fili d'erba alla plastica rigenerata, siamo così in grado di offrire soluzioni che uniscono il meglio delle due etiche, dal sintetico rigenerato al naturale, attingendo in maniera responsa-

Slalom si trova a Milano - www.slalom-it.com

FIORI E PLASTICA RICICLATA: IL PANNELLO BLOOM

Da un inedito blend di flax, materiali plastici rigenerati e materie prime naturali, nasce Bloom, la nuova parete fonoassorbente che inaugura un capitolo innovativo nelle collezioni di Slalom. Leader nel panorama del benessere acustico, Slalom si distingue per la produzione di pannelli fonoassorbenti basati sull'impiego di tessuti e di materiali plastici, provenienti da fonti circolari e di riutilizzo. Bloom unisce al know-how tessile di Slalom una doppia etica: la rigenerazione dei materiali plastici e il riuso di materiali bio-based ottenuti da selezionati corridoi biologici. Erbe, petali e fiori colorati, si stagliano con grazia sulla parete, trasformandola in una superficie che si integra con eleganza nei progetti architettonici. La possibilità di rivestire lo spazio in altezza senza giunzioni visibili, tratto distintivo dei prodotti firmati Slalom, amplifica l'impatto dell'opera floreale, mentre l'attaccatura a velcro ne semplifica sia l'installazione, sia la rimozione e il riutilizzo.



bile alle risorse. Woody, una parete fonoassorbente in cui tessuto e legno si fondono in un'unica soluzione innovativa, oppure Bloom, dove erbe, petali e fiori colorati si stagliano con grazia ed eleganza, sono due proposte ricche di fascino e che hanno saputo estrapolare un elemento decorativo dal proprio contesto, per trasformarlo in un prodotto tecnico a vantaggio dell'uomo». • **Andrea Mazzoli**



Un punto di riferimento nel settore delle poltrone lift-relax e massaggio in Italia e all'estero che coniuga esperienza, qualità made in Italy e un forte orientamento all'innovazione.

Spazio Relax è in grado di rispondere a tutte le richieste stilistiche e commerciali, assicurando ampie possibilità di personalizzazione, cosciente che la realtà contemporanea si affronta con impegno e competenza.

La nuova sede all'avanguardia proietta l'azienda nel futuro, affrontando i prossimi anni con ancora più forza e competitività. Lo showroom è articolato su un'area di oltre 1400 m², organizzato per gamme di prodotto permette all'azienda di presentare al meglio l'ampia e articolata tipologia produttiva dei cataloghi.

- ✔ **Attento controllo qualità a cura di controllori specializzati volti a monitorare gli standard qualitativi dei prodotti realizzati prima della partenza.**
- ✔ **Oltre 500 poltrone sempre in pronta consegna nei nostri magazzini, consegnabili entro 24/48 ore.**
- ✔ **Assistenza professionale pre e post vendita, in grado di supportare il cliente a 360 gradi e fornire l'aiuto richiesto.**

spazi@relax

comoda la vita

Spazio Relax Spa Via dell'Agricoltura, Zona Paip 2 - Matera Tel. 0835 256477
info@spaziorelaxitalia.com - www.spaziorelaxitalia.com

L'altra metà della Milano Design Week

Va in scena più o meno da mezzo secolo tra le strade e nei luoghi artistici e culturali della città, in simultanea alla fiera indoor. Origini, suggestioni, curiosità e sviluppi del Fuorisalone, filtrati dallo sguardo esperto di Davide Cuman

Il primo a mettere il naso fuori dal perimetro del Salone fu Cassina, esponendo anche nel suo showroom in città. L'esperimento fu contagioso e a ruota seguirono gli Alchimia al Politecnico, i Memphis in centro, poi Zeus e Pallucco. «Gli eventi iniziarono a essere così numerosi - ricorda il docente e storico Andrea Davide Cuman - che a un certo punto Abitare pensò di dedicargli un'intera sezione». Nessuno lo sapeva ancora, ma quelli erano i prodromi del Fuorisalone. Nato come "costola outdoor" del main event fieristico dedicato al mobile d'arredo, ora è a tutti gli effetti l'altra metà della Milano Design Week. «Un Festival grande come una città, che racchiude le molteplici espressioni del design», aggiunge Cuman.

Oggi Salone e Fuorisalone sono due gemelli inseparabili. Quali pagine salienti hanno scandito la storia del secondo?

«Una data di nascita ufficiale del Fuorisalone non c'è, ma tra la fine degli anni 70 e i primi anni 80 diverse imprese iniziano a esporre fuori dal Salone. Poi arrivò Interni, che approfittò dell'assenza del Salone (nel 1990 il Cosmit decise di spostarlo da settembre all'aprile del 1991) per organizzare la "Designer's Week" e pubblicare quella che viene riconosciuta come la prima guida al Fuorisalone, così consolidando l'evento. La maturità arrivò nei primi anni 2000 con i distretti temporanei del design, prima su tutti Zona Tortona, che avviò una nuova stagione di aggregazioni territoriali e tematiche anche di imprese extra-settore. Oggi invece siamo davanti a una nuova fase».

Una chiave del successo del Fuorisalone è la simbiosi perfetta con il ritmo spaziale e temporale di Milano. Com'è maturata nel tempo?

«MI PIACE VEDERE IL FUORISALONE COME UNA SPECIE DI CARNEVALE, DOVE INVECE DEI CORPI SI TRAVESTONO GLI SPAZI E NE SI SOVVERTONO TEMPORANEAMENTE LE REGOLE»

«Mi piace vedere il Fuorisalone come una specie di carnevale, dove invece dei corpi si travestono gli spazi e ne si sovvertono temporaneamente le regole: un bar diventa showroom, una scuola discoteca, la strada un giardino. Milano si trasforma in un museo a cielo aperto dove anche i cittadini possono visitare luoghi inusuali altrimenti inaccessibili, e per una settimana il tempo della città è scandito da incontri, feste e mostre. Teniamo conto che durante il Fuorisalone si riversa in città una popolazione pari a circa un terzo dei residenti, mettendo a dura prova servizi e infrastrutture. In un primo periodo la città ha avuto per forza un atteggiamento più reattivo, ma oggi il dialogo tra tutti gli attori in gioco è sempre più stretto, tale da consentire un minimo di coordinamento».

Per il Fuorisalone progetta anche format di comunicazione digitale. Su quali state scommettendo in particolare per rafforzare la dimensione "online" dell'evento?

«Studiolabo, l'agenzia che ha creato e gestisce Fuorisalone.it, il sito ufficiale della Milano Design Week, nasce digitale, dunque lavora da sempre e soprattutto online. Ogni anno introduciamo nuovi format, dagli storici e-reporter all'offerta on demand di Fuorisalone TV, da Fuorisalone Inspire, un sito di "ispirazione applicata", alla novità di quest'anno: Milano Design Agenda. Un calendario sempre aggiornato sugli eventi di design a Milano per organizzare la propria agenda, salvare e condividere contenuti e orientarsi tra gli eventi più vicini a sé. In fondo online e offline sono mezzi, e ogni anno tentiamo di costruire format che li valorizzino reciprocamente per fornire contenuti ed esperienze adatte al contesto e al tipo di pubblico».

La formula "Salone-Fuorisalone" vanta



Andrea Davide Cuman, docente e international relationship manager per Studiolabo/FuoriSalone.it

molti tentativi di imitazione, talvolta goffi e non sempre duraturi. Cosa rende non replicabile questa ricetta altrove e perché, invece, a Milano funziona sempre meglio ogni anno?

«Le ragioni sono storiche, urbanistiche e organizzative. Storiche perché Milano e i suoi dintorni hanno saputo costruire un sistema design virtuoso fatto di produzione, formazione e comunicazione che non ha eguali al mondo, innestandolo all'interno di un tessuto urbano denso e policentrico. Sono però le ragioni organizzative a rendere la Milano Design Week dav-

vero unica: il Salone è organizzato dal Cosmit, il Fuorisalone non ha alcuna organizzazione centrale. Questo consente a chiunque di partecipare o organizzare distretti senza chiedere permessi particolari. Per i più ortodossi questo ha causato una certa confusione e indebolimento dell'offerta, per altri è ciò che rende questo evento così speciale».

Tma portante del Fuorisalone 2024 sarà Materia Natura, con focus su economia circolare e sostenibilità ecc. Possiamo anticipare qualcosa sul panel di eventi che fiorirà attorno a questa sorgente d'ispirazione?

«Gli operatori del settore hanno già iniziato a raccogliere inviti e organizzare le agende (peraltro per loro la design week dura ormai molto più di una settimana), ma vorrei non svelare troppo. Credo che tra le caratteristiche più belle del Fuorisalone, soprattutto per i profani, ci siano scoperta e condivisione. Neanche i professionisti saranno mai in grado di vedere o partecipare a ogni evento, ed è questo il bello: scambiare consigli all'ultimo minuto, ascoltare i racconti e vedere le immagini di chi è stato a un evento poi rivelatosi imperdibile, e ripromettersi l'anno successivo di non perdere almeno quello. Facciamo così: tenete d'occhio il Castello Sforzesco, Casa Brera o Palazzo Clerici, ma perdetevi in città e resterete meravigliati».

Quali ricordi personali la legano emotivamente al Fuorisalone per quali aspetti ritiene che abbia ancora margini di miglioramento?

«Il primo Fuorisalone vissuto dall'interno, mentre svolgevo un tirocinio alla Triennale di Milano, e le giornate spese a camminare in città durante la ricerca di dottorato per provare a capire meglio questo evento di eventi. Ancora oggi, a distanza di più di dieci anni, mi emoziona di più a perdersi tra le vie della città che a partecipare a un vernissage. Più che margini di miglioramento la mia speranza è che la Milano Design Week continui a mantenere la sua natura fluida, molecolare e inclusiva, quasi anarchica, e che la città e il suo indotto non specularino su una settimana importante per l'economia di Milano e vitale per la sua identità». • Giacomo Govoni



Credit foto: Chiara Menegoni

Il lusso della *funzionalità*

Con Adriano Meneghin e Jessica De Marchi, fondatori di Next Building Srl, alla scoperta delle caratteristiche ricorrenti nelle case di lusso, da Cortina d'Ampezzo a Venezia, da Bellagio a Montecarlo

Immaginare il futuro e costruirlo non sempre sono attività che procedono di pari passo. Ma, ancora di più, raramente nascono dalla stessa testa e mano. Quando succede, dall'idea alla forma, dalle fondamenta al più piccolo complemento d'arredo, è ancora un'eccezione in grado di sprigionare un'alchimia unica. Ne sanno qualcosa Adriano Meneghin e Jessica De Marchi, coppia nella vita e negli affari, fondatori di Next Building Srl, azienda in cui architetti, designer, tecnici, carpentieri, artigiani e tutti i protagonisti del costruire lavorano con un unico obiettivo: fornire un unico interlocutore in grado di sviluppare, gestire e finalizzare progetti costruttivi di ogni tipo, fornendo tutto ciò che occorre per costruire e arredare, dalle fondamenta ai più piccoli dettagli. Il portfolio del-



semplici ma estremamente eleganti per case di lusso, che non passano mai di moda. A chi cerca fronzoli, intarsi, decorazioni in oro, suggeriamo un'altra strada. Per noi "casa" è un luogo in primo luogo efficiente, personalizzato, funzionale, ottimizzato negli spazi, unico e di prestigio, oltre che bello. Il tutto con tempi e costi di realizzazione certi». Tra la ventina di cantieri in cui la Next Building è impegnata al momento, il più grande è una casa privata di duemila metri quadrati a Cortina, al cui interno ci sono elementi che finora l'azienda non aveva mai affrontato per un privato: dalla sala cinema con 15 posti alla spa di 400 metri quadrati con piscina interna, crioterapia, bagni turchi e saune, oltre alle cantine di 20 metri quadri per i vini. Una sorta di hotel 6 stelle privato, dedicato a pochissimi, progetto in partnership con Soho House di Londra. La prossima sfida da vincere. • **Alessia Cotroneo**

LA RICHIESTA INELUDIBILE È FORNIRE ANCHE IN CASE PRIVATE IN LUOGHI DA FAVOLA, CHE DIFFICILMENTE SUPERANO I CENTO METRI QUADRI, TUTTI I COMFORT, GLI STANDARD DI FUNZIONALITÀ E IL "LUSSO" CHE SI POSSONO TROVARE IN 500 METRI QUADRATI

tronde, da sempre abbiamo a che fare con clienti molto esigenti e richieste particolari. Fa parte della nostra natura atipica per il settore, un General Contractor e al tempo stesso uno studio di architettura e interior design in grado di mettere al servizio dei progetti un network di professioni e sensibilità diverse, esperto nell'esecuzione di costruzioni ex novo, ristrutturazioni, impianti, finiture, tessuti, arredi e complementi. Tutti servizi necessari per il corretto e completo sviluppo del progetto. Generalmente la parola General Contractor identifica un'azienda in cui si fa più che altro arredo con annessi e connessi, senza impresa edile interna. Noi invece ci occupiamo di tutto: dal sopralluogo alla divisione spazi, dagli impianti ai preventivi su opere murarie, attrezzature, tappezzerie, per finire con disegni esecutivi dei mobili e render».

Mente e braccio, edilizia e arredamento d'in-

terni convivono alla Next Building per dare forma, attraverso materiali e rifiniture di pregio, al lusso della funzionalità con un design senza tempo. Elementi considerati da Adriano e Jessica i capisaldi dell'architettura e del design contemporaneo.

«Lavorando in ambienti venduti anche a 25 mila euro al metro quadro – aggiungono – la richiesta ineludibile è fornire anche in case private, che difficilmente superano i cento metri quadri tutti i comfort, gli standard di funzionalità e il "lusso" che si possono trovare in 500 metri quadri. Per questo abbiamo imparato a sfruttare ogni centimetro. Siamo stati tra i primi a sfruttare anche i cavetti, i pozzi luce interni, generalmente nascosti dalle tende, trasformandoli ad esempio in stanza del sale, sfruttando anche i minimi spazi sottoterra per inventarci zone relax atipiche ma molto richieste. Proponiamo arredi essenziali e funzionali, linee



Next Building ha sede a Refrontolo (Tv)
www.nextbuilding.it

la Next Building "viaggia" tra Cortina d'Ampezzo e Venezia, Bellagio e Montecarlo, e comprende residenze private e castelli, hotel e spa, chalet e Rsa. Tra le ultime realizzazioni, la nuova Princess Spa di Castel-Brando, riqualificata e ampliata da 500 a 2000 metri quadrati in sole tre settimane.

«È stata la nostra impresa impossibile – raccontano – per cui l'estate scorsa ci erano state date solo tre settimane, in un castello di duemila anni, con l'area adibita ad hotel che non ha mai smesso di funzionare. Una sfida ardua eppure ce l'abbiamo fatta. D'al-

UN HUB DI BIOEDILIZIA IMMERSO NEL VERDE

Il quartier generale della Next Building si trova in un vecchio casale riconvertito nel segno della bioedilizia, circondato da un ettaro di verde e incastonato tra le colline del Prosecco, in una gola stretta tra due fiumi. Una location unica, in mezzo alla natura, scelta appositamente per creare un ambiente di lavoro a misura d'uomo e a basse emissioni, in cui tutto, dall'atelier interno all'area bar, dalla materioteca al giardino, in cui convivono postazioni da lavoro all'aperto e aree relax, oltre a un gazebo-sala riunioni, sarà realizzato, oltre che pensato, a misura d'uomo. «La nostra aspirazione – spiega Adriano Meneghin e Jessica De Marchi – è dare vita a un hub che sia un laboratorio di idee, una sede di lavoro ma anche un luogo di piacere per chi ci lavora e per i clienti che verranno a trovarci. Conosciamo bene l'impatto che lo spazio che ci circonda e il modo di viverlo ha sulle persone e vogliamo offrire ai nostri collaboratori (architetti, designer, tecnici e tutti i protagonisti del costruire) attuali e a quelli che siamo certi ci affiancheranno nei prossimi anni un luogo molto diverso dai tradizionali uffici, dagli showroom e dai cantieri. Un luogo in cui la persona sia al centro».

Stile unico e **senza tempo**

Artigianalità, qualità e innovazione contraddistinguono InCorda, brand made in Italy nato dall'unione della passione di Pietro Ingrassellino per la lavorazione della corda con la predilezione per il design e l'arredamento

L'artigianato italiano è rinomato in tutto il mondo per la sua maestria, la dedizione alla tradizione e l'eleganza intramontabile. In questo contesto, InCorda emerge come un ambasciatore straordinario di queste qualità, offrendo una vasta gamma di prodotti artigianali made in Italy di alta qualità. «Ogni pezzo prodotto è il risultato di un lavoro svolto con maestria da artigiani esperti che dedicano tempo ed energie alla creazione di prodotti straordinari. Questa dedizione alla tradizione artigianale italiana si riflette in ogni dettaglio dei nostri articoli, garantendo una qualità senza paragoni - afferma Pietro Ingrassellino, titolare di InCorda -. L'approdo nel mondo della corda è stato segnato dalla collaborazione con rinomati brand italiani e internazionali. Siamo stati affascinati dalle infinite possibilità che la corda offre, grazie alla sua natura morbida e malleabile che stimola la fantasia e la creatività, consentendo la realizzazione di forme e prodotti diversificati».

Da questa passione nasce il marchio InCorda, dedicato a plasmare le idee, gli stili e le visioni dei progettisti, sia per ambienti residenziali, living, marini, outdoor, offrendo supporto nella realizzazione di progetti, sfruttando una consolidata esperienza nella scelta e nell'utilizzo specifico dei materiali.

«La nostra selezione di materie prime spazia da cachemire, cotone e lino a polipropilene. Siamo costantemente alla ricerca di nuovi materiali e soluzioni stilistiche per offrire un'ampia gamma di creazioni, giocando con colori e combinazioni uniche».

Punto di forza dell'azienda sono le abili sarte, appassionate e altamente qualificate nel-

InCorda ha sede a Villareggia (To)
www.incorda.it



**SIAMO STATI AFFASCINATI DALLE INFINITE
POSSIBILITÀ CHE LA CORDA OFFRE, GRAZIE ALLA
SUA NATURA MORBIDA E MALLEABILE CHE
STIMOLA LA FANTASIA E LA CREATIVITÀ**

l'arte del lavorare la corda. Con maestria, utilizzano macchine da cucire per trasformare fili di qualità in autentici capolavori artigianali. Ogni punto è eseguito con cura e precisione, dando vita a creazioni uniche e distintive. La loro dedizione si riflette nei dettagli, creando prodotti che uniscono abilmente funzionalità ed estetica. Con competenza e creatività, trasformano la corda in opere d'arte tessile, conferendo un tocco distintivo a ogni prodotto.

L'azienda mostra un grande impegno anche nei confronti della sostenibilità ambientale, adottando una serie di accortezze e pratiche per salvaguardare il Pianeta. «La nostra dedizione all'ambiente si manifesta attraverso la pratica del riciclo delle corde utilizzate nei nostri lavori. Recuperiamo questi materiali e li riportiamo al loro utilizzo originario, contribuendo a ridurre l'impatto ambientale. Questa iniziativa non solo promuove la sostenibilità, ma testimonia il nostro impegno nel cercare soluzioni eco-friendly per preservare le risorse e minimizzare gli sprechi. La nostra filosofia si basa sulla re-

sponsabilità ambientale, assicurando che ogni passo della produzione rifletta il nostro impegno per un futuro più sostenibile».

InCorda ha realizzato una serie di collezioni uniche dove elementi di alto design convergono. Tra queste spicca la corda luminosa NEXT GEN, che consente di creare oggetti di design avveniristici e innovativi. Questo materiale unisce l'estetica della corda tradizionale con la modernità dell'illuminazione, dando vita a pezzi unici e futuristici. «Questa fusione di elementi tradizionali e contemporanei non solo ag-

giunge un tocco di originalità ai prodotti, ma apre anche nuove possibilità creative nell'ambito del design. La corda illuminata diventa così non solo un elemento decorativo, ma anche una fonte di luce che trasforma gli oggetti in vere e proprie opere d'arte luminose».

Un altro prodotto unico sono i tappeti InCorda, caratterizzati da un'eleganza senza tempo, un connubio armonioso di forme geometriche che si intrecciano con i colori del brand. Creati con cura, questi tappeti sono pensati per arricchire sia gli spazi interni che esterni di ogni abitazione. La perfetta simbiosi tra design e praticità li rende adatti a qualsiasi ambiente, aggiungendo un tocco di stile e comfort in ogni contesto.

Tantissime e davvero emozionanti le collezioni che il brand ha preparato per il 2024. InCorda darà vita a collezioni uniche, plasmate dalle ispirazioni geometriche e naturali, viste attraverso un punto di vista originale e creativo. La prima di queste sarà interamente dedicata alle creature del mare. «Immaginiamo un mondo di tappeti e oggetti ispirati agli splendidi contorni geometrici e alle meraviglie naturali degli abitanti marini. Un inno alla creatività che porterà l'oceano nel cuore degli spazi, con un tocco distintivo firmato InCorda. Aspiriamo a diventare il punto di riferimento per gli amanti del lusso. Nella prossima fase, presenteremo corde straordinarie, realizzate con materiali naturali, dipinte con tecniche antiche e abbellite con oro e pietre. Queste corde saranno anche arricchite da profumi naturali in grado di trasmettere vere e proprie esperienze emozionali».

L'obiettivo è creare un arredo di alto lusso e design, unendo maestria artigianale, materiali pregiati e dettagli esclusivi per offrire un'esperienza unica a coloro che cercano la massima raffinatezza nell'ambiente.

• **Cristiana Golfarelli**

LA GAMMA PER L'ARREDOBAGNO

L'ampia gamma di articoli InCorda, tra cui Insoap, Intowel e InBrushHolder, trasforma il bagno in un santuario di stile, adatto a ogni estetica, dai bagni rustici a quelli moderni. Punta di diamante è InSilk, il lavabo innovativo creato attraverso l'armoniosa combinazione di corda e resina. Questa creazione (unica in Europa) non solo rappresenta un capolavoro estetico, ma segna l'inizio di una nuova era di soluzioni stilistiche e di design per l'arredo bagno. La fusione di materiali insoliti offre non solo una prospettiva estetica unica ma testimonia anche un grande impegno a sfidare i confini convenzionali e a introdurre innovazioni significative nel mondo dell'arredamento.



Porte, boiserie e sistemi scorrevoli che rendono unici i tuoi spazi



LEGNO TRIDIMENSIONALE

La nostra new entry è la finitura stripe. Un'innovativa soluzione estetica per dare maggiore tridimensionalità al pannello porta o alla boiserie.

Una lavorazione effettuata sul legno massello per creare un design unico.

MASSIMA PERSONALIZZAZIONE

Mani custodi di antiche tradizioni artigianali, trasformano il legno in soluzioni sartoriali per il vostro abitare. Una collezione di porte che oltre al legno, unisce la matericità di vetro, gres, pietra e cemento.



LESSIO
atelier della porta

LESSIO PORTE Snc
Via Alessandro Volta, 23
30020 Noventa di Piave (VE)
Tel. 0421 658066 - www.lessioporte.com



Pensieri, parole e idee di futuro

Si potranno afferrare passando per l'Arena "Drafting Futures" dove nelle tavole rotonde curate da Annalisa Rosso si converserà di architettura e design in prospettiva. Assieme a grandi nomi del panorama internazionale del progetto

Di sostenibilità, di cambiamento, di inclusione e di tutte le traiettorie che le personalità creative più interessanti del nostro tempo stanno esplorando alla conquista un futuro più consapevole. Chi vorrà concedersi un tuffo nell'Arena "Drafting Futures" disegnata da Formafantasma recuperando le sedute della passata edizione, si troverà a "nuotare" in questo mare qui. Fatto di pensieri e spunti visionari offerti dai protagonisti del programma "Drafting Futures. Conversations about Next Perspectives" curato da Annalisa Rosso, direttore editoriale del progetto digitale del Salone del Mobile. Milano. Con un panel di talk e tavole rotonde che correrà accanto al palinsesto espositivo, per scrutare l'orizzonte del design e accendere i riflettori sui possibili futuri che lo attendono e lo accreditano del ruolo di disciplina trainante. «È una questione di responsabilità – sottolinea Rosso – come ha detto durante il suo intervento nella scorsa edizione l'architetto giapponese Shigeru Ban, vincitore del Pritzker Prize. Ormai tutti sappiamo che l'architettura non ha solamente a che fare con la costruzione di nuovi edifici, e questo comporta priorità diverse».

Kéré, Pawson e Sudjic sono alcuni dei nomi di spicco che si avvicenderanno sul palcoscenico dell'Arena "Drafting Futures". Su quali tematiche si focalizzeranno i loro interventi?

«Racconteranno la loro esperienza, personale e professionale, e il loro impegno sulle tematiche urgenti dei nostri tempi. Questo ci permetterà di riflettere sul senso dell'architettura, ma anche sull'importanza di condividere il proprio punto di



vista in funzione di un pensiero circolare, una riflessione condivisa. Saranno incontri di ispirazione e di confronto, e credo anche per questo l'Ordine degli Architetti ha attribuito i crediti formativi al programma».

Da circa tre anni il Salone del Mobile. Milano ha sviluppato anche una robusta identità digitale, grazie alla piattaforma che lei dirige a livello editoriale. Quali contenuti ospita e che riscontri sta ottenendo?

«La piattaforma digitale del Salone, proprio come accade nei corridoi fisici della manifestazione, è occasione di networking, di aggiornamento e scoperta. Muoviamo energia e inneschiamo interesse indagando le prospettive del nostro settore, i nuovi mercati che si stanno aprendo, la ricerca portata avanti dalle

aziende e le innovazioni progettuali. Ospitiamo il punto di vista dei più importanti esponenti del mondo della progettazione e di tutti gli addetti ai lavori, senza dimenticare i servizi disponibili tutto l'anno per i visitatori e per gli espositori: dai book dei fotografi, alle breakout room per meeting, agli indirizzi utili messi a sistema. Uno spazio in cui i contenuti vengono prodotti in modalità corale, per dare forma a una precisa idea di intelligenza collettiva».

Parlando di intelligenza appunto, l'uso di quella artificiale in architettura e nel design è tra gli argomenti che saranno posti al centro delle Tavole Rotonde. C'è già qualche esempio tangibile dell'impatto che ha avuto finora?

«Noi lo abbiamo testato in prima persona: la campagna stessa del Salone del Mobile. Milano 2024 è stata progettata da Publicis Groupe con la collaborazione scientifica di Paolo Ciuccarelli lavorando con l'Intelligenza artificiale. E tutti i relatori della tavola rotonda- Foster + Partners, Random International, MVRDV- hanno esperienze dirette molto interessanti da raccontare in questo senso».

In generale l'interazione del design con altre discipline è diventata sistematica. A quali altri connubi interessanti darete risalto nella vetrina milanese?

«Ormai i designer hanno imparato a par-

lare con gli ingegneri, gli psicologi comportamentalisti, gli esperti di ergonomica, gli scienziati dei materiali e quindi il loro campo di intervento si è allargato a 360 gradi. Nei talk di quest'anno, ad esempio, parleremo di nautica e progettazione in collaborazione con il Salone Nautico Internazionale di Genova. Abbiamo invitato progettisti in conversazione con portavoce di brand di yachting come Ferretti Group, Baglietto, Sanlorenzo».

Il programma delle Tavole Rotonde prevede anche un affondo sul pianeta hospitality. Che traiettorie sta disegnando questo settore e che trampolino può rappresentare per valorizzare il design made in Italy?

«Il settore dell'hospitality si sta trasfor-

Annalisa Rosso, curatrice del programma "Drafting Futures. Conversations about Next Perspectives" del Salone 2024



mando in maniera radicale. Nelle conversazioni che abbiamo avuto con designer, con gli architetti e la committenza abbiamo capito come, di conseguenza al cambio di abitudini e di mentalità, anche le esigenze di questa industry sono in rapida evoluzione. Sotto questo aspetto, il desiderio di qualità, eleganza e originalità non può che giocare a favore del good design made in Italy». • **Giacomo Govoni**

NEI TALK DI QUEST'ANNO PARLEREMO DI NAUTICA
E PROGETTAZIONE IN COLLABORAZIONE CON IL
SALONE NAUTICO INTERNAZIONALE DI GENOVA.
ABBIAMO INVITATO PROGETTISTI IN
CONVERSAZIONE CON PORTAVOCE DI BRAND DI
YACHTING COME FERRETTI GROUP, BAGLIETTO,
SANLORENZO

Divani letto di ultima generazione

Con Antonio Colonna, titolare di Viscomoda, alla scoperta della produzione artigianale e altamente specializzata di complementi d'arredo imbottiti che uniscono design e comodità per le abitazioni della nostra contemporaneità

Il divano letto è un complemento d'arredo sempre più presente e necessario all'interno delle nostre case e Viscomoda ha deciso, già vent'anni fa, di assecondare questo bisogno, diventando leader nel settore della produzione di un imbottito che è sempre di più protagonista dei nostri living: con l'esperienza e il know-how accumulato, si è posta subito sul mercato come realtà attiva e dinamica, distinguendosi per il design elegante e le finiture molto curate. «Viscomoda nasce nel 2005 – racconta il titolare Antonio Colonna -. È un'azienda che si fonda su un'esperienza artigianale pluridecennale nel settore del mobile imbottito: siamo infatti di base a Matera, nella zona industriale Jesce, un'area produttiva tra Puglia e Basilicata rinomata per il mobile imbottito di qualità. Oggi siamo supportati da una divisione tecnica che ci permette di sviluppare una gamma completa di divani letto, divani relax e soluzioni living». Oggi l'azienda ha ormai raggiunto un livello internazionale, grazie a una rete vendita capillare che dall'Italia si proietta in tutto il territorio europeo e internazionale: è presente in India, a Dubai, negli Stati Uniti e da poco anche a Singapore.

Qual è la vision di Viscomoda?

«La nostra filosofia si basa sulla duplice scelta di mantenere da un lato la qualità artigianale delle finiture e dall'altro di speri-

Antonio Colonna, titolare della Viscomoda di Matera
www.viscomodaimbottiti.com



mentare soluzioni innovative altamente tecnologiche e qualitative che possano soddisfare le crescenti necessità del vivere attuale. Sperimentazione e innovazione sono dunque alla base di ogni singolo modello. La nostra produzione comprende un'ampia gamma di mobili imbottiti: divani letto, divani relax, divani componibili, poltrone e letti tessili, realizzati con cura artigianale ed esperienza. In particolare, la linea di divani letto è il nostro fiore all'occhiello, grazie a una ampia e variegata quantità di soluzioni e siamo in grado di soddisfare ogni richiesta del mercato nazionale ed estero. Qualità nella scelta di materiali, qualità nelle finiture, qualità nei dettagli: sono queste le caratteristiche dei nostri divani che li rendono originali e unici per ogni acquirente».

Cosa rende unici i vostri divani letto?

«Il concetto di divano letto a oggi per noi è cambiato. Fino a qualche anno fa, il divano letto era considerato un complemento d'arredo da usare in casi di emergenza, come mero letto di fortuna per l'ospite di una sera, o ancora un elemento d'arredo per le seconde case, come le case al mare o in montagna, dove comunque il comfort non era così centrale come nella propria casa di tutti i giorni. Oggi è tutto diverso, perché il divano letto unisce il design del divano alla comodità di un letto, grazie alla qualità delle reti, interamente prodotte in Italia, che non hanno nulla da invidiare, in termini di comfort, a quelle dei letti veri e propri. I divani letto hanno oggi dei veri materassi, che consentono di dormire senza rinunciare alla comodità: è diventato ormai un elemento essenziale delle case moderne, perché spesso le dimensioni delle abitazioni, soprattutto nelle grandi

bienti classici, rustici, tradizionali o minimalisti: a ognuno il giusto prodotto, la giusta soluzione».

Come scegliere un divano letto?

«Noi di Viscomoda abbiamo pensato e realizzato una serie di accessori e soluzioni funzionali che aiutano a perfezionare ogni singola richiesta. Molti dei nostri divani sono impreziositi da accessori e soluzioni comfort, che rendono unico e personale il nostro prodotto. Infatti, la struttura dei nostri divani è composta da un nucleo principale che è il meccanismo in acciaio, con rete elettrosaldata di serie e una parte in legno con imbottiture in poliuretano espanso. Per aumentare il comfort di seduta, offriamo la soluzione rete con cinghie elastiche in corrispondenza dei cuscini di seduta. Sempre per conferire un migliore comfort, prediligiamo l'utilizzo di imbottiture in poliuretano HR, materiale ecologico studiato appositamente per aumentare l'elasticità e il piacere della seduta. I divani sono sfoderabili in tutte le parti. Gli elementi che costituiscono il divano sono estraibili dalla struttura metallica principale e rivestiti internamente in Tomana 300gr., il rivestimento esterno può essere asportato per una facile pulizia periodica. Ci diamo da fare per rispondere a ogni esigenza del cliente e per questo motivo offriamo tante soluzioni e prodotti che lo supportano nelle esigenze quotidiane della casa. Non ci dimentichiamo neanche dei piccoli compagni domestici, poiché anche per loro abbiamo studiato una confortevole e coordinata linea Pet».

• Renato Ferretti

FORNITORE PER IL SETTORE CONTRACT

«A oggi – aggiunge Colonna – il settore contract rappresenta il 50 per cento del nostro fatturato. La nostra collezione, e specialmente i nostri divani letto, sono molto apprezzati nel settore fornitura per strutture ricettive e alberghiere, di alberghi turistici o business che desiderano “coccolare” i loro ospiti offrendo loro delle soluzioni di riposo confortevoli e di gusto. È proprio l'apprezzamento della nostra collezione da parte di architetti e designer che ci ha permesso di entrare, con una forza sempre maggiore, in questo settore, dove ogni cosa deve essere funzionale senza essere banale, dove gli arredi devono essere di gusto senza stravolgere l'atmosfera e l'anima del luogo. È nostro orgoglio poter fornire un divano letto che sia elegante come un divano e comodo come un letto: è il punto cardine della nostra produzione».

SERVIZI a tutto tondo

Per DQA l'architettura è un percorso multidisciplinare. A partire da questa definizione, lo studio mette a disposizione la propria competenza e professionalità per la progettazione architettonica, la progettazione d'interni, le valutazioni e l'operatività per l'efficientamento energetico. L'analisi della socia, architetto Livia Ghidoni

Lo spazio è materia prima da plasmare in funzione degli obiettivi: la ricerca spaziale è il fil rouge alla base del lavoro del team di DQA che, dal 2018, attraverso il suo lavoro, si pone di contribuire alla realizzazione di spazi belli, funzionali, a misura d'uomo e di diversa scala di progettazione architettonica. «Il nostro studio è composto attualmente da sei professionisti, dei quali tre sono soci: il fondatore, Daniele Quecchia, la sottoscritta e l'architetto Laura Pirlo. Daniele ha aperto lo studio nel 2018, dopo circa un decennio come professionista indipendente, e in questi nostri sei anni di vita siamo cresciuti moltissimo, espandendoci ulteriormente di anno in anno ed essendo in grado di fornire una gamma di servizi sempre più completa. Il punto di forza che ha dato vita allo studio, a livello di clientela, è rappresentato dalle agenzie immobiliari, che costituiscono il nostro business principale. Partiamo infatti con gli studi di fattibilità di aree sulle quali verranno eseguite eventuali nuove costruzioni, per poi occuparci di tutto il progetto, l'assistenza al cantiere fino alla consegna dell'immobile completo ai vari clienti. I nostri clienti principali sono a oggi ancora immobiliari, ne abbiamo infatti un paio con cui collaboriamo in maniera più continuativa, ma abbiamo sempre affiancato anche clienti privati per ristrutturazioni e negli ultimi due anni ci siamo indirizzati, grazie soprattutto alla specializzazione della nostra socia Laura Pirlo, in progettazione di interni, completando così l'intera filiera di costruzione di un immobile, dalla

DQA ha sede a Botticino (Bs)
www.quecchiandpartners.com



progettazione dell'involucro fino alla realizzazione degli ambienti interiori. I nostri clienti sono soprattutto sul nostro territorio, la provincia di Brescia, e abbiamo qualche progetto in provincia di Mantova e vicino al Lago di Garda, quindi possiamo dire che il nostro ambito è comunque ristretto alla nostra regione, per contribuire a rendere ogni spazio uno spazio vivibile».

Grandi idee e forte filosofia d'impresa, che hanno aiutato lo studio DQA anche nei recenti tempi difficili. «Per quanto riguarda la pandemia, ci aspettavamo un calo di richieste di lavoro e invece, per assurdo, il nostro carico è aumentato. Ci siamo chiesti spesso il motivo di questo cambiamento e lo abbiamo facilmente riscontrato nella voglia di maggiore comfort e accoglienza degli ambienti, soprattutto domestici, da parte di chi si era ritrovato a

viverci e lavorarci per molto più tempo del consueto: le persone hanno riscoperto la necessità di vivere in ambienti quanto più possibile comodi, confortevoli, dotati di tutta una serie di caratteristiche che rendessero la vita non solo migliore ma più tranquilla, viste le condizioni dovute a una situazione straordinaria come quella pandemica. Vivendo di più la casa, le esigenze sono cambiate e le nostre richieste di lavoro hanno subito un picco, sia nelle ristrutturazioni sia nel nuovo. C'è stata poi la concomitanza del bonus 110 per cento, che ci ha portato tantissime richieste di lavoro ed è stata per noi una grande occasione per farci conoscere maggiormente nella nostra zona. Per noi è stato un grande successo, perché siamo in grado di seguire il cliente dalla progettazione all'assistenza finale, anche normativa, burocratica e finanziaria, di tutto il processo di ristrutturazione tramite incentivi statali. Per quanto riguarda invece la recente crisi energetica, devo dire che il nostro studio non ha subito alcun contraccolpo, senza variazioni

particolari di richieste magari di ristrutturazione energetica, con il passaggio a impianti autonomi o di energia rinnovabile, perché comunque occupandoci tanto di nuove costruzioni, certi aspetti, come appunto quello della sostenibilità, sono ormai inclusi per legge e comunque facevano già parte della nostra filosofia di approccio al lavoro. Infatti, è un aspetto che curiamo nell'intero ciclo produttivo del cantiere, con una sempre crescente attenzione alla scelta e alla provenienza dei materiali, con il monitoraggio del processo realizzativo in vista dello smaltimento futuro ma anche e soprattutto della consapevolezza dell'impatto di ogni materiale utilizzato e del ciclo totale di vita del processo edilizio. A oggi però l'uso di materiali innovativi è ancora molto costoso, quindi non esattamente alla portata di tutti, quindi c'è ancora bisogno di un compromesso con le tecniche più tradizionali, ma siamo sulla buona strada. La sensibilità dei clienti, soprattutto quelli privati e che hanno la possibilità di farlo, è molto elevata e nella direzione di fare il possibile per avere un immobile il più possibile ecosostenibile. Sicuramente serve ancora qualche tempo per far diventare questa sensibilità più diffusa».

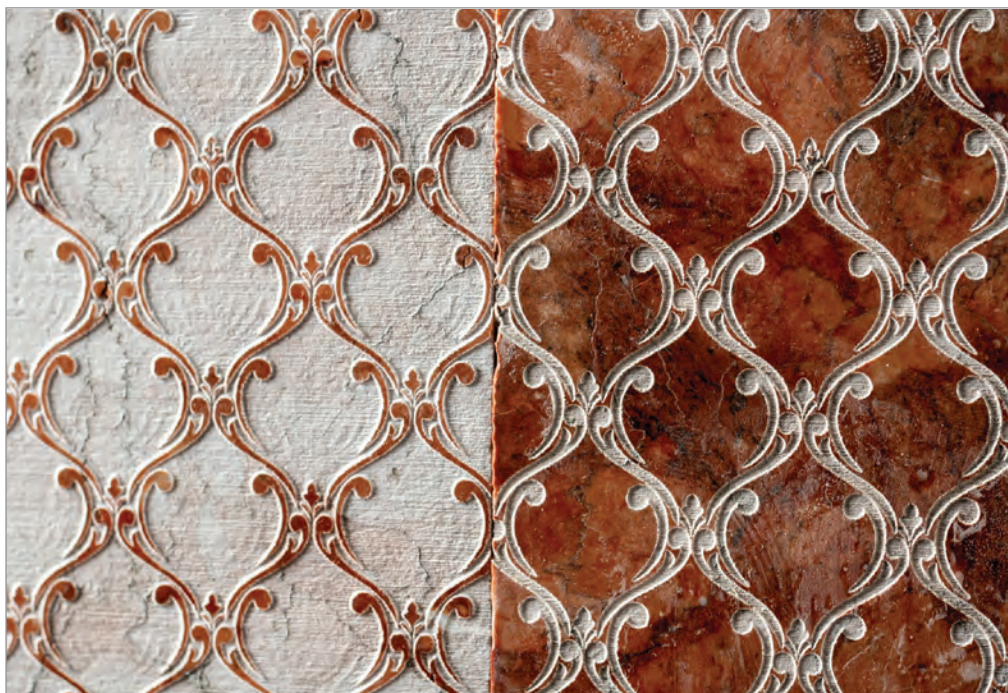
Un lavoro costante e dei risultati importanti hanno traghettato egregiamente lo studio DQA in questi primi sei anni di vita, ma nuovi obiettivi sono sempre all'orizzonte. «Tra i nostri progetti per l'immediato futuro c'è sicuramente la voglia di migliorare sempre di più l'integrazione tra lo studio dell'involucro, della parte architettonica, e quello degli interni: è un processo già avviato ma che vogliamo sempre più perfezionare. Altro aspetto che vorremmo aggiungere, da noi mai ancora affrontato, è quello dei concorsi pubblici, quindi la partecipazione ai bandi di gare d'appalto e la conseguente collaborazione con enti pubblici».

• Elena Bonaccorso

PROGETTAZIONE D'INTERNI

«La corretta progettazione di un ambiente – aggiunge Ghidoni –, che sia domestico o che sia lavorativo, migliora il comfort di chi lo vive, come abbiamo potuto scoprire durante la pandemia. Forti di questa certezza, ci siamo specializzati nella progettazione d'interni e abbiamo aggiunto alla consulenza progettuale assistenza nella scelta dell'arredo e fornitura diretta: un aspetto che continuiamo di sviluppare sempre di più. Il nostro team dedicato alla progettazione d'interni, diretto dall'architetto Laura Pirlo, si occupa di concept progettuali, ricerche di stile, progetto artistico d'interni, progetto esecutivo d'interni, progetto d'arredo, progetto illuminotecnico, direzione lavori d'interni e assistenza all'acquisto».





OT-LAS

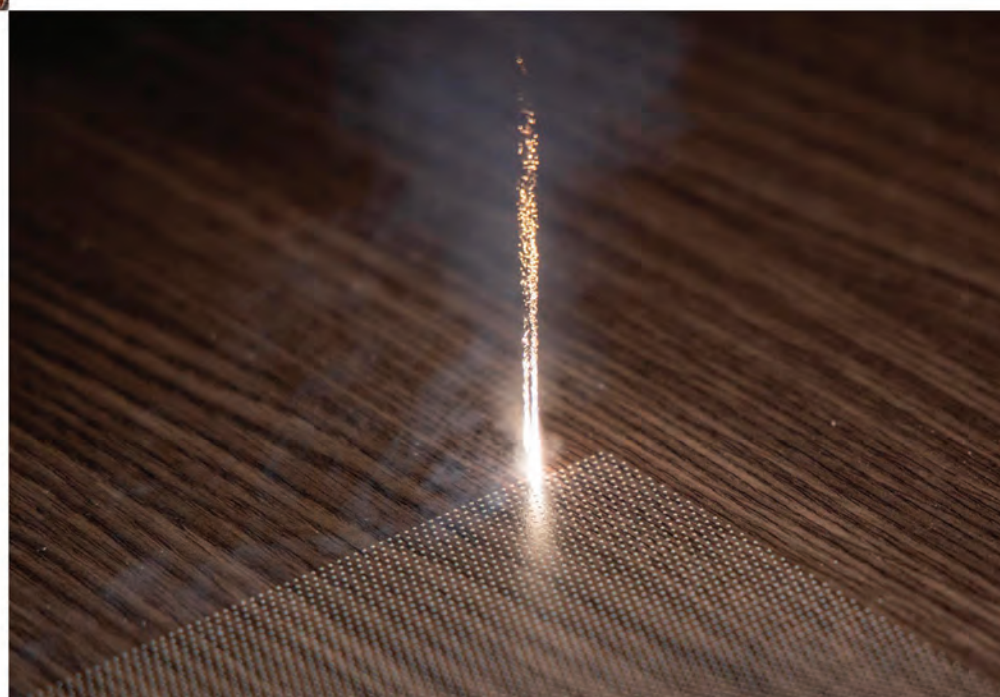
BE INSPIRED BY **LASER**

www.otlas.com

Tecnologia laser:

OT-LAS

COMPIE 40 ANNI



Progettiamo tecnologia laser per decorare la materia esaltandola con forme innovative e sostenibili, mantenendo inalterata la sua inconfondibile essenza.

Da quelli piu' leggeri ed impalpabili, come il tessuto a quelli piu' duri e resistenti come il marmo e le pietre, modifichiamo il loro aspetto visivo e tattile, ma non solo.

Avreste mai pensato che il laser possa essere un prezioso alleato per assorbire il rumore?

E' quanto accade per legno e laminati, anche su grande dimensione.



Non solo professionalità, esperienza e affidabilità. Tra i criteri da non sottovalutare nella scelta dello studio di architettura cui affidarsi, bisogna considerare anche l'empatia: con la figura dell'architetto è importante instaurare un'ottima sintonia e capirsi al volo. Lo Studio bp Laboratorio di Architettura di Gavardo (Bs), guidato da Paolo Bussi e Elisabetta Piotti, ha scelto di puntare molto su questo aspetto. «Il nostro approccio progettuale consiste nell'ascoltare le esigenze del cliente, interpretando con passione quanto ci viene richiesto per tramutare il progetto in realtà, che si tratti di un'abitazione, un negozio, un hotel o un ristorante – afferma Elisabetta Piotti -. Proponiamo progetti sartoriali per ristrutturazioni o nuove abitazioni di assoluta unicità e il nostro grado di progettazione non ammette sorprese né in termini di budget né di tempistiche di consegna. Il processo edilizio che il nostro studio mette in atto si focalizza sul progetto d'architettura, nelle sue diverse scale, e sull'esecuzione a regola d'arte: un approccio tradizionale, che richiede apporti multidisciplinari e che impone la conoscenza delle più avanzate tendenze dell'architettura e del design».

Chi sono i clienti che si rivolgono a voi?

PAOLO BUSSI: «Privati che devono costruire casa oppure vogliono intervenire sulla propria abitazione, proprietari di ristoranti, alberghi o proprietari di negozi, tra cui ottici, alimentari, gelaterie, gallerie o abbigliamento. Ci proponiamo a chi ha bisogno di una progettazione professionale, creativa e di gusto, attenta al dettaglio, rispettando la necessità del cliente».

Quali vantaggi hanno i clienti che si rivolgono a voi?

E.P.: «Partire da un'idea di progetto e avere la possibilità di vedere la realizzazione seguita passo dopo passo fino alla fine, attraverso il nostro studio di architettura e la

Gli architetti Paolo Bussi ed Elisabetta Piotti.

bp Laboratorio di Architettura ha sede a Gavardo (Bs) www.bparchitettura.it



Progetti sartoriali

Lo studio di progettazione bp Laboratorio di Architettura offre soluzioni raffinate, innovative, ricercate e attente in ogni dettaglio, sia per interni che per esterni. Si occupa anche della fornitura e della posa di finiture di interni, complementi di arredo e arredamenti su misura, come spiegano gli architetti Paolo Bussi ed Elisabetta Piotti



STUDIAMO I PROGETTI NEL MINIMO DETTAGLIO, LI PRESENTIAMO OFFRENDO LA MIGLIOR COMPrensione PROGETTUALE E TUTTO QUESTO PORTA A UNA PRECISA QUANTIFICAZIONE DEI COSTI EVITANDO SPIACEVOLI SORPRESE

nostra ditta in grado di realizzare il progetto nella sua interezza, dall'edile agli impianti, dall'arredo su misura alle finiture di interni».

Qual è il vostro modus operandi?

P.B.: «Il nostro obiettivo è proporre assoluta unicità e personalizzazione attraverso in primis una progettazione professionale, attenta al dettaglio, ma sempre rispettando la necessità del cliente e le sue richieste specifiche. Nel nostro studio di progettazione architettonica seguiamo i progetti nella loro interezza, proponendo soluzioni personalizzate in base alle necessità dei clienti, arriviamo anche alla realizzazione finale con proposte puntuali (illuminazione, pavimentazioni e rivestimenti, carte da parati, tendaggi e imbottiti, arredamento su misura ecc.). Studiamo i progetti nel minimo dettaglio, li presentiamo offrendo la miglior comprensione progettuale e tutto questo porta a una precisa quantificazione dei costi evitando spiacevoli sorprese».

Quali sono i vostri punti di forza?

E. P.: «Una progettazione dettagliata che garantisce la massima corrispondenza tra il progetto e la realizzazione finale. Questo ci

gettiamo interni ed esterni e lo facciamo sempre con lo stesso obiettivo: creare ambienti in armonia con il contesto e creare atmosfere in sinergia con chi le vive».

Che cosa vi contraddistingue maggiormente dai vostri competitor?

P.B.: «Utilizziamo programmi grafici e software innovativi, siamo costantemente aggiornati tramite corsi formativi nel nostro ambito, non ci fermiamo mai nella ricerca e nella conoscenza di nuovi materiali e texture e prodotti di design e teniamo molto a creare un rapporto di fiducia con i clienti e con chi lavora per noi. Siamo specializzati in progetti di ristrutturazione e di nuova costruzione, progetti di interior design, fornitura e posa di finiture di interni, complementi di arredo e arredamenti su misura».

Nei confronti della sostenibilità ambientale quali linee seguite?

P.B.: «Siamo molto attenti a queste tematiche e scegliamo sempre materiali che rispondano a determinate caratteristiche, con un occhio di riguardo appunto alla sostenibilità».

Qual è uno dei progetti realizzati che vi rappresenta meglio?

EP: «Il progetto con cui il cliente si affida totalmente a noi, abbracciando sia la nostra idea progettuale che la nostra squadra di professionisti pronti a seguire la realizzazione del progetto stesso».

Quali obiettivi avete per il futuro?

PB: «Aggiornarsi costantemente: il nostro settore richiede costante aggiornamento e attenzione per una perfetta realizzazione, è un settore delicato ma ricco di soddisfazioni». • **Beatrice Guarnieri**

IL PERCORSO DELLO STUDIO

Lo Studio bp Laboratorio di Architettura è stato fondato nel 2010 dall'architetto Paolo Bussi insieme alla moglie Elisabetta Piotti, anch'essa architetto. Numerosi lavori vengono pubblicati su riviste del settore, alcune realizzazioni sono state scelte per pubblicità televisive da importanti aziende, tra cui Allianz e Gillette. Dal 2018 è testimonial per la campagna televisiva nazionale della ditta Gattoni Rubinetterie. Paolo Bussi collabora dal 2014 con la rivista ACasa Mood, un volume dedicato a design, moda, tendenze e stile, curandone la rubrica dedicata all'arte, scrivendo le proprie impressioni riguardo a mostre visitate in tutta Europa. Elisabetta Piotti è affascinata soprattutto dalle atmosfere del periodo liberty e art nouveau, attratta dalla moda e ricercatrice di nuove tendenze nel "decor", è da sempre appassionata di musica orchestrale e teatro.

PROTEGGIAMO IL TUO MONDO.
DA 50 ANNI.



Torre Libeskind, Isozaki e Hadid, Unicredit Tower, Diamante e Gioia 20 e 22:
le soluzioni Pellini proteggono i prestigiosi building che caratterizzano
lo skyline di Milano grazie alla collaborazione con i principali Studi
di progettazione internazionali, importanti realtà dell'edilizia e del real estate.
Soluzioni che creano una sintesi perfetta tra espressione architettonica,
funzionalità, prestazioni tecniche, benessere delle persone e sostenibilità.

Scopri la nostra storia e il futuro delle schermature solari su
www.pellini.net

Pellini[®] 50
YEARS ANNIVERSARY

Le infinite possibilità della plastica

Abbiamo incontrato Vittorio Moretti, direttore marketing di euro3plast, azienda leader nella realizzazione di vasi tradizionali distribuiti in tutto il mondo, che vanta una produzione certificata e interamente made in Italy. Al Salone del Mobile il brand Plust Collection presenterà le novità della famiglia Fade

Leggera, colorata, resistente, adatta sia indoor che outdoor: la plastica consente di ottenere infinite forme per infiniti utilizzi nell'arredamento e fornisce un immenso contributo alla sostenibilità ambientale grazie alla riciclabilità.

«Sostenibilità per noi significa rinunciare a produrre plastica nuova per utilizzare quella che è già a nostra disposizione. Perché la plastica vale molto di più di quel che sembra, e quando il suo ciclo di vita è rispettato e sfruttato per le sue reali potenzialità, da scarto si trasforma in materia prima» afferma Vittorio Moretti, direttore marketing di euro3plast, azienda fondata nel 1974, specializzata nella realizzazione di prodotti in plastica per il giardino e per la casa (vasi, lampade e complementi d'arredo). La qualità della lavorazione, le nuove tecnologie e il rispetto per l'ambiente sono visibili in ogni fase del ciclo di vita del prodotto: euro3plast ha infatti ottenuto le certificazioni per i migliori standard di garanzia e sicurezza.

«Tutte le nostre soluzioni offrono la possibilità di esprimere uno stile unico e la propria personalità, nel rispetto delle esigenze, non solo dei nostri clienti, ma anche dell'ambiente in cui operiamo. Prima fra tutte Plust Collection».

Che caratteristiche possiede Plust Col-

lection?
PLUST Collection, a brand of euro3plast Spa, ha sede a Barbarano (Vi) - www.plust.it



lection?

«Nasce nel 2006 come design brand di euro3plast. Il pensiero, i progetti, i designer, le tecniche, la materia, tutto in Plust Collection appartiene alla nuova generazione del design e alla moderna forma dell'abitare. Il progetto Plust Collection indaga le possibilità plastiche della materia presentando una nuova visione del concetto di vaso king size, dell'arredo e della luce che comincia dalla sua disposizione nell'ambiente: tutti i progetti sono di fatto fruibili sia in spazi indoor che outdoor».

Cosa presenterete al Salone del Mobile?

«Dal 16 al 21 aprile, le novità Plust potranno essere scoperte dal vivo visitando lo spazio espositivo del Salone del Mobile di Milano (Padiglione 18, Stand E04), un'installazione progettata dagli art director BrogliatoTraverso. Plust propone la sua idea di design ricreando l'atmosfera di un aperitivo al tramonto in un resort in riva al mare, dove gli arredi trasformano la location in un ambiente elegante ed esclusivo. Tra le novità di spicco la famiglia Fade, disegnata da Marco Gregori, si amplia e si completa di nuovi arredi. La lampada best seller Fade Lamp è presentata in una nuova e inedita misura. Grazie alle dimensioni conte-

nute e a un'altezza di 140 cm, Fade Lamp M può essere posizionata con grande facilità sia negli ambienti contract che in quelli domestici, sia outdoor che indoor. È caratterizzata da una silhouette di sicuro impatto visivo e da una texture rigata che sembra essere stata scolpita, particolarità che contraddistingue tutti gli arredi Fade. Da spenta Fade Lamp M può essere un complemento d'arredo che aggiunge stile agli ambienti, come fosse una scultura di pietra bianca. Accesa, si trasforma in una statua di luce, destinata a diventare il cuore luminoso di ogni spazio».

Quali altre novità comprende la linea

Fade?

«Fade Stack Chair, grazie alla tecnica dello stampaggio rotazionale, associa solidità di seduta e comodità, presentando un aspetto scultoreo e ricercato. La praticità dell'impilabilità la rende perfetta per spazi che richiedono flessibilità e funzionalità senza rinunciare allo stile della famiglia Fade, con l'elegante superficie rigata di seduta abbinata cromaticamente alle gambe in metallo zincate e verniciate. Il risultato finale è una sedia scultorea, comoda e impilabile.

Fade Table Metal Structure è caratterizzato da una colonna singola centrale e quattro gambe a terra con piedini regolabili. Una crociera di sostegno piano realizzata in alluminio pressofuso permette di scegliere superfici in hpl sia di forma rotonda (diametro 80 cm) che di forma quadrata (80 x 80 cm). Trattamenti specifici di verniciatura lo rendono adatto ad impieghi sia in ambiente interno che esterno, perfetti per il contract. Punta di diamante delle proposte è Fade Shell, che rappresenta molto più di un semplice oggetto d'arredo: è una dichiarazione di stile e innovazione che trasforma gli ambienti con la sua presenza scenica. Manifesto della costante ricerca di Plust Collection, Fade Shell unisce funzionalità e arte in un'unica e audace visione. Ogni curva di Fade Shell racconta una storia di creatività e stile. La sua forma curvilinea definisce un volume scultoreo, mentre le righe, che sembrano finemente cesellate, creano un raffinato gioco di chiaroscuri sulla superficie. Con la sua presenza unica e riconoscibile e la capacità di delineare gli ambienti con eleganza, Fade Shell è un funzionale divisorio che separa senza isolare. Creando una barriera visiva, ma non emotiva, questo straordinario oggetto si presta perfettamente a definire gli spazi senza compromettere la continuità e la fluidità dell'ambiente. La sua silhouette sinuosa si accende di una luce soffusa che rischiarerà le serate, un'opera d'arte luminosa, un gioco di equilibrio tra bellezza e innovazione. Fade Shell può essere facilmente posizionato e diventare fulcro di ogni ambiente, grazie alla sua presenza scenica. È un complemento d'arredo unico nel suo genere, un manifesto di eleganza e raffinatezza. Tutti i nostri prodotti sono realizzati in polietilene e stampati con la tecnologia rotomoulding che li rende durevoli e di elevata qualità». • **Bianca Raimondi**

50 ANNI DI ATTIVITÀ

L'innovazione legata alla produzione di vasi, complementi d'arredo e lampade è alla base della continua crescita dell'azienda che oggi distribuisce i suoi prodotti in tutto il mondo e festeggia quest'anno il suo primo mezzo secolo di storia, in un percorso sempre attento alle innovazioni, alla cura del dettaglio e alla sostenibilità a 360 gradi. «Abbiamo festeggiato i 50 anni di attività con euro3plast dimostrando il nostro costante impegno per un Pianeta migliore: per Plust, DECOR rappresenta il punto d'arrivo della ricerca nel campo della sostenibilità, una finitura unica ed esclusiva, formata da ben l'80 per cento di materiale derivato dagli scarti della lavorazione industriale, ai quali viene data nuova vita. Questo percorso ci ha portati a pubblicare proprio quest'anno il nostro primo Bilancio di sostenibilità».



Esplora, sogna, gioca!

Mobili Rebecca presenta la nuova collezione **Rebecca for Kids!**
Per trasformare la cameretta dei bimbi in un'avventura senza confini.



Dopo il grande successo ottenuto online in Italia e in Europa con la linea **Rebecca for Kids**, abbiamo deciso di ampliare il nostro catalogo con una nuova serie di mobiletti che ogni mese entreranno a far parte del nostro catalogo. Una linea di mobiletti e complementi d'arredo pensati per trasformare la cameretta in un mondo incantato e pieno di stile.



Mobili montessoriani e di design

La collezione Rebecca for Kids è progettata per arredare le camerette in totale sicurezza. Grazie ai bordi arrotondati e la facilità di montaggio, puoi creare un ambiente montessoriano che svilupperà l'autonomia dei più piccoli senza trascurare lo stile.

Materiali sicuri e certificati

I nostri prodotti sono realizzati in legno naturale e MDF classe E0, soddisfano i requisiti TSCA e sono conformi alla normativa REACH garantendo l'assenza di sostanze nocive sia sul prodotto che sull'imballo.



Mobili Rebecca è un'azienda giovane e dinamica con base nelle Marche, attiva da 10 anni nel mondo dell'online retail in Italia e in Europa. Vieni a scoprire il nostro mondo di stile!



www.mobilirebecca.it

Nel Distretto veronese del marmo

Santamargherita è tra le realtà leader nel settore lapideo, distinguendosi per la realizzazione di agglomerati sia a base marmo che a base quarzo. Un'offerta completa che soddisfa ogni esigenza estetica, garantendo alta qualità e resistenza, come racconta il responsabile commerciale Michele Caneva

Un'azienda dall'anima orgogliosamente duplice. È questo ciò che contraddistingue la società Santamargherita dai competitor: due linee produttive distinte per la realizzazione di agglomerati a base marmo e agglomerati a base quarzo così da rispondere in maniera efficace ad ogni tipologia di richiesta, dalle grandi strutture pubbliche alle abitazioni private, dalle metrature contenute al contract. Nata nella seconda metà del Novecento, la società veronese ha fatto dell'esperienza pluridecennale, della costante ricerca e innovazione e della forte attenzione alle evoluzioni dei mercati nazionali e internazionali i propri punti di forza che in sessant'anni di storia l'hanno condotta ad affermarsi nel settore dell'agglomerato. Attualmente opera su una superficie di centomila metri quadrati a Volargne. «Siamo da sempre attenti alle nuove tendenze dell'architettura e dell'interior design» specifica Michele Caneva, responsabile commerciale della società che realizza ed esporta ogni giorno in oltre settanta paesi circa ottomila metri quadrati di superfici per il rivestimento, offrendo una vasta gamma di agglomerati dalle linee sobrie ed essenziali, dalle tonalità neutre ed eleganti e linee più innovative ed esclusive, dai colori accattivanti e dalle finiture preziose.

La società è attiva nel mercato da oltre

Santa Margherita ha sede a Volargne (Vr)
www.santamargherita.net



LA VERSATILITÀ E LA VASTA GAMMA DELLE COLLEZIONI IN AGGLOMERATO A BASE MARMO E QUARZO DATA DA COLORI, TEXTURE E FINITURE DIVERSE PERMETTONO DI REALIZZARE DINAMICHE E ORIGINALI COMBINAZIONI DI MATERIE E TONALITÀ

sessant'anni, qual è il filo conduttore di questo impegno?

«Santamargherita è diventata nel mondo sinonimo di qualità e specializzazione nella produzione e lavorazione di agglomerati a base marmo e a base quarzo. Nel primo caso l'azienda sceglie con cura dalla natura le materie più prestigiose e le lavora con tecnologie sempre all'avanguardia per creare collezioni di agglomerato a base di scaglie di marmo, perfette per impreziosire e decorare gli ambienti. Grazie a una vasta gamma di colori, tonalità e venature continuamente rinnovate, hotel, ristoranti e boutique in tutto il mondo vantano oggi superfici capaci di evocare atmosfere e sensazioni tipiche della pietra naturale, abbinata alle alte prestazioni proprie dell'agglomerato. Ancor più performanti sono le caratteristiche proprie degli agglomerati a base di sabbie quarzose e resina poliestere che, grazie alle loro

fici in agglomerato a base quarzo sono inoltre realizzabili in diversi spessori, grandi formati e in colori sempre nuovi che, grazie a un servizio di ricerca e sviluppo, possono essere ideati e creati per rispondere al meglio a ogni tipo di esigenza estetica, regalando unicità e originalità al prodotto. La versatilità e la vasta gamma delle collezioni in agglomerato a base marmo e quarzo data da colori, texture e finiture diverse permettono di realizzare dinamiche e originali combinazioni di materie e tonalità, concepite per sviluppare nuove idee e progetti; ingredienti che ci hanno reso una delle aziende leader nel mondo».

Quali sono i valori su cui si è basata la crescita aziendale e quelli su cui si punta per il futuro?

«The original italian surface è un'espressione dai toni chiari e trasparenti che identifica perfettamente i valori in cui crediamo sin dall'inizio. Poche parole che racchiudono in modo esemplare i principi basilari del lavoro dell'azienda in tutte le sue attività: originalità, italianità e superfici innovative. The original, per sottolineare come la nostra società sia costantemente impegnata nella ricerca di materiali e di nuovi stili riuscendo ad offrire al mercato un prodotto originale e di ricerca in numerose declinazioni di colori e finiture esclusive. Italian, perché l'italianità si assapora in ogni prodotto e in ogni processo di lavorazione dell'azienda. Il design e l'architettura "made in Italy" sono conosciuti in tutto il mondo per la loro eccellenza e unicità e, proprio per questo, da sempre abbiamo creduto nella meticolosa attenzione alla qualità, all'innovazione e all'affidabilità dei nostri prodotti. Caratteristiche e valori diventati un punto di forza per un'azienda che concentra esclusivamente nel Distretto del marmo veronese tutte le fasi di progettazione, produzione e lavorazione delle collezioni in agglomerato». • **Luana Costa**

L'IMPEGNO PER LA TUTELA AMBIENTALE

La ricerca costante di stili nuovi e di materiali innovativi, sia dal punto di vista stilistico e tecnico ma anche per quanto concerne il rispetto per l'ambiente, è da sempre al centro dell'intera attività di Santamargherita. In merito alla delicata questione della tutela ambientale, la sua modernità e lo spirito innovativo hanno portato l'azienda a realizzare al proprio interno un laboratorio ricerca e sviluppo tecnologico e all'avanguardia, che le permette di provvedere sia al controllo delle materie prime che alle prove di caratterizzazione prescritte dalle norme di prodotto per gli agglomerati.



CEDI ALLA TENTAZIONE

Lasciati sedurre da Temptation, la nuova collezione di Zamagna Italia con tavoli, sedie, madie, tavolini e specchi, ispirata a coloro che desiderano progettare uno scenario abitativo coerente con la propria personalità, per vivere a pieno le emozioni all'interno di casa, dando la visione che ognuno di noi desidera esprimere attraverso l'arredamento.

SFOGLIA IL
CATALOGO



Luce come materia

La luce, in una progettazione architettonica, spesso non viene considerata, ma scelta solo alla fine come se fosse un semplice accessorio. «Questo è un grande errore. Gli aspetti illuminotecnici vanno progettati all'unisono con gli altri». L'esperienza di Marco Pollice

La luce è il materiale in ambito architettonico e di progettazione in generale più sottovalutato, ma in realtà è il più prezioso, quello che può fare davvero la differenza e risolvere quei problemi dove altre tecniche non arrivano e in più ha grandi vantaggi economici. Abbiamo incontrato Marco Pollice, uno dei più importanti esperti in materia di light design, nonché art director dell'omonima azienda di famiglia: la Pollice illuminazione, per capire quali sono le potenzialità della luce nell'ambito della progettazione.

Intanto partiamo dalla sua storia e da quella della sua famiglia, uno spaccato di ricerca, innovazione e imprenditoria italiana. Come è nato tutto?

«La nostra storia inizia nel 1908 e io ho raccolto l'eredità di quattro generazioni. La Pollice illuminazione si è occupata oltre che di progetti di interni più "normali" anche di grandi realizzazioni come: l'illuminazione del Duomo di Milano, dell'autostrada del Sole, del traforo del Monte Bianco, dello stadio Flaminio a Roma e del lungomare di Nizza per citarne alcuni, che possono dare l'idea della nostra expertise».

Che cos'è Pollice illuminazione oggi?

«Negli anni abbiamo accumulato grandi esperienze, che si sono tramandate di generazione in generazione. Oggi siamo da un lato uno studio di progettazione che si occupa di light design per qualunque tipo di realtà: architettura, interior, outdoor, spazi commerciali, uffici, hotel e spa; dall'altro siamo un'azienda che produce sia una sua linea di lampade, sia delle proposte di altre aziende in esclusiva per il mercato italiano».

Light house opera di Massimo Uberti, edizione limitata - ph. Alessandra Magister



GP mini, riedizione degli anni '50 - ph. Davide Cossu



AL FUORISALONE PRESENTIAMO UN QUADRO LUMINOSO DELL'ARTISTA MARICA MORO E LE RIEDIZIONI DELLE NOSTRE SFERE SUN, MA CI SARANNO ANCHE LE NOSTRE LAMPADRE ICONICHE IN VERSIONI DIFFERENTI

Perché tutta questa dedizione per la luce? Quanto è importante per il design e l'architettura?

«La luce è quel materiale che spesso non viene considerato, viene scelto alla fine come se fosse un accessorio e questo è un grande errore. Gli aspetti illuminotecnici vanno progettati all'unisono con gli altri. Questo comporta grandi ottimizzazioni di risorse sia a livello di tempo, sia economiche. Avete presente quando entrate in un locale, in una casa o in un ufficio e avete la sensazione che ci sia qualcosa che non va? Bene nella maggior parte dei casi è proprio la luce sbagliata».

Lei ha una grande esperienza riconosciuta a livello internazionale nella progettazione, in cosa si distingue il suo metodo di lavoro?

«Come Pollice illuminazione abbiamo costruito negli anni un processo molto preciso per individuare le soluzioni migliori a seconda delle situazioni, il confronto continuo con il cliente per capire quali sono le esigenze e i desideri finali è fondamentale. Inoltre noi interveniamo direttamente sulle fonti luminose che utilizziamo grazie al nostro team di esperti. Per

vengono costruite le lampade che progetta lei personalmente o che sceglie per inserirle negli spazi che realizza. Da cosa si capisce la qualità di un prodotto?

«La qualità che bisogna sempre valutare è quella della lampadina per intenderci, ovvero la sorgente/fonte luminosa. La luce che emanano può essere di buona o cattiva qualità. Non è facile capirlo, per questo bisogna affidarsi ad esperti».

Avete anche una bellissima scelta di lampade, che anche un privato può comprare. Ci racconta le novità che presentate al Fuorisalone di quest'anno?

«Da noi vengono sia studi di architettura a comprare, sia privati che vogliono una singola lampada. Al Fuorisalone presentiamo un quadro luminoso dell'artista Marica Moro e le riedizioni delle nostre sfere sun, ma ci saranno anche le nostre lampade iconiche in versioni differenti».

Negli ultimi anni ha integrato nella sua progettazione un nuovo sistema brevettato: Clever light, di cosa si tratta?

«È la mia risposta ad una questione etica: se conosco gli effetti nocivi della luce sulla nostra salute e se so di poter portare un miglioramento grazie al mio lavoro, allora non posso che perseguire questo obiettivo.

Clever light è un sistema di illuminazione controllata, circadian friendly, studiata e realizzata in collaborazione con un team di medici e ingegneri, che corregge la luce all'interno di un ambiente in modo costante, così da mantenerla ideale, secondo quanto in natura abbiamo bisogno in quel preciso momento per stare bene a livello psicofisico e metabolico».

• **Fulvio Ravagnani**

noi la qualità della materia prima che usiamo è fondamentale. Non ci accontentiamo di quello che c'è sul mercato, siamo in grado di fare modifiche tecniche molto specifiche».

Quindi fa un grande lavoro di ricerca nei materiali e una grande attenzione a come

Marco Pollice con la lampada cubo ottone in varie finiture. Pollice illuminazione si trova a Milano www.polliceilluminazione.it





CUBO ARGENTO
marco pollice



Il riposo costruito ad hoc

Con una lunga esperienza nella vendita diretta e nel settore del benessere, Farmarest realizza dispositivi ortopedici per il riposo, costruiti intorno alle esigenze del cliente. Ne parliamo con Mattia Valenti, responsabile marketing dell'azienda

Nata a seguito di una lunga esperienza nella vendita diretta di servizi per il trattamento dell'aria e dell'acqua, Farmarest mette l'esigenza di un corretto riposo al centro della propria mission, realizzando e distribuendo sistemi ortopedici d'eccellenza quali letti, materassi, reti, guanciali e corredi, costruiti intorno alle esigenze personali del cliente. Neonata del Consorzio Aquafarma e Acquanuova, realtà che unisce eccellenze imprenditoriali italiane nell'ambito del benessere con più di 70 anni d'esperienza dal produttore al consumatore, Farmarest è attualmente guidata dalla professionalità e dall'entusiasmo di Mattia Valenti, responsabile marketing dell'azienda, giovane imprenditore veneto che ha visto nella realizzazione di soluzioni durevoli e altamente performanti, non soltanto la chiave di un interessante sviluppo commerciale ma anche di una migliore qualità di vita, garantita da un riposo corretto.

Con sede a San Donà de Piave, in provincia di Venezia, Farmarest fonde competenze artigianali d'eccellenza a una visione particolarmente attenta all'esigenze dell'attuale mercato, realizzando prodotti unici frutto di tradizione e innovazione. Cosa contraddistingue i vostri prodotti?

«I nostri prodotti sono il risultato della passione, della competenza e del lavoro di artigiani esperti, che coniugano tradizione e innovazione tecnologica per garantire una qualità eccellente e duratura. La filiera produttiva FarmaRest è 100 per cento italiana, per assicurare standard elevati di qualità e controllo in tutte le fasi del processo, dalla selezione dei materiali alla creazione del prodotto. La differenza rispetto alle classiche produzioni in serie, che potrebbero usare anche materiali d'eccelsa qualità analoghi ai nostri, è proprio nel fatto che grazie al laboratorio di produzione interno, riusciamo a offrire soluzioni ad hoc anche per clienti particolarmente sensibili».

Eccellenza del made in Italy, quindi, specializzata in un segmento delicato come quello del benessere. Qual è il cliente di Farmarest?

«L'attenzione al cliente è parte irrinunciabile della nostra identità. Siano essi adulti, dai 50 ai 60 anni, per esempio, poiché cambiano le esigenze fisiche e di conseguenza anche la sensibilità, o ragazzi, poiché non è da sottovalutare l'importanza del riposo anche nella fascia dai 12 ai 16 anni, quando avviene la cosiddetta cementificazione della colonna vertebrale, noi lavo-



riamo con chi vuole avere la garanzia di avere un buon riposo a casa. Inoltre, i nostri prodotti sono tutti certificati come dispositivi medici di classe uno, quindi detraibili al 19 per cento nella dichiarazione dei redditi».

Con una grande esperienza nella vendita diretta, la vostra società ha fatto della consulenza una parte importante dell'iter produttivo. Come nasce un vostro prodotto?

«I nostri incaricati, professionisti di fiducia e dal grande tatto, formati direttamente dalla nostra azienda, si incaricano di visitare il cliente direttamente al proprio domicilio per una fase di analisi e conoscenza. Quindi, precompiliamo insieme a loro un check-up fisico del cliente, così da individuare le esigenze morfologiche, il peso e l'altezza per scegliere le densità dei materiali più idonee a sostenerne il peso nel tempo. Inoltre, in caso di patologie certificate quali protrusioni spinali, ernie, lordosi o scogliosi, realizziamo una lavorazione della lastra (che sarebbe il massello del materasso) ad hoc, in modo

da rendere il materasso, oltre che un preventivo, un correttivo posturale. A differenza di molti prodotti in serie, quindi, il nostro è altamente personalizzato e personalizzabile, per cui anche il margine d'errore di fabbricazione è ridotto in misura drastica».

Quali sono i benefici per il cliente?

«Il materasso è soggetto a un utilizzo quotidiano e continuativo. Se non si presta attenzione ai materiali con cui è realizzato, quindi, si può portare in disfacimento davvero in tempi rapidi. Noi realizziamo materassi pensati per durare e offriamo, per questo, anche una garanzia di 10 anni sulla sua deformabilità. Ciò vuol dire che sui nostri prodotti non si possono verificare avvallamenti superficiali, perdite di struttura o sfondamenti dei masselli, assicurando così al cliente non solo un prodotto di qualità ma anche un investimento sulla sua salute. Inoltre, per rendere il tutto sempre più sostenibile, offriamo anche pagamenti dilazionati e in linea a diverse esigenze. Sempre in ottica di sostenibilità, i nostri prodotti, grazie al loro lunghissimo ciclo di vita e alla riduzione quasi totale degli errori di progettazione, garantiscono un basso impatto ambientale. In più, i materiali che noi utilizziamo per le schiumature dei nostri materassi non sono pretolati e poliuretani ma schiumature di soia, quindi totalmente naturali e ideali per essere usati anche da persone con gravi problemi respiratori». • **Andrea Mazzoli**

Farmarest si trova a San Donà de Piave (Ve)
www.farmarest.com



SOLUZIONI CERTIFICATE, DAL PRODUTTORE ALLA FARMACIA

Con sede a San Donà De Piave, l'azienda Farmarest nasce dall'esperienza nella vendita diretta del consorzio Aquafarma e Acquanuova, specializzandosi nell'offerta di soluzioni ortopediche per il riposo certificate come dispositivi medici di classe 1. All'interno del proprio laboratorio e grazie a una consulenza personalizzata, la società si occupa di studiare le soluzioni migliori per garantire un

prodotto durevole, ecologico e pensato anche per le esigenze più difficili, quali patologie spinali. Parallelamente a materassi ortopedici, reti ortopediche, reti ospedaliere, reti motorizzate, Farmarest tratta anche apparecchi elettromedicali e apparecchiature magneto-terapiche che, grazie alla propria qualità certificata, è possibile trovare anche in molte farmacie del Triveneto.



Innovazione made in Italy nel mondo: Specchi luminosi Linea Unica by Cantoni

Cantoni è il brand di riferimento per postazioni mobili nel settore beauty e make-up dal 1997. Con importanti partnership in Giappone, Germania, Francia e altri Paesi, vanta prodotti tecnologicamente sempre più avanzati e vicini alle esigenze di differenti categorie professionali. Fino dai primi anni ha vantato clienti come Dior, Helena Rubinstein e YSL. Nel 2015 viene ufficialmente lanciata la prima collezione specchi della linea Unica, una serie di specchi illuminati, rivolta ai beauty artist, ai teatri e agli studi di Interior design per la creazione di stanze funzionali in luxury hotel, SPA, aree commerciali ed edifici residenziali. Cantoni si distingue per il suo costante impegno nella ricerca e attualmente propone la gamma più ampia ed efficiente al mondo di postazioni e specchi illuminati. Tra queste proposte spicca l'esclusiva illuminazione brevettata chiamata I-light, che garantisce una luce unica, avvolgente e tecnicamente impeccabile.. Gli specchi della linea Unica by Cantoni sono una fonte di ispirazione per coloro che desiderano arredare i propri spazi con stile, funzione e attenzione al design. Il marchio Made in Italy rappresenta l'eccellenza qualitativa a livello globale: gli specchi Unica sono realizzati artigianalmente con grande cura per offrire un prodotto di qualità veramente incomparabile.

UNICA
LUXURY LIGHTED MIRRORS
by Cantoni

Cantoni Trading
Via Guardia di Rocca, 10
Galazzano (Repubblica di San Marino)
Tel: + 378 0549 977527 - Fax: + 378 0549 876501

info@lineaunica.com - www.lineaunica.com

Forniture **made in Italy**

Pennacchioni Spa opera con successo dal 1949 nel settore dei semilavorati per l'industria del mobile e ha appena festeggiato il 75 anniversario dalla fondazione. È specializzata nella produzione di semilavorati per mobili

Se è ben nota la leadership internazionale dell'Italia nell'industria dell'arredo-design, meno spesso si parla della rilevanza del made in Italy anche sul fronte della fornitura e componentistica del mobile, che comprende un ampio numero di settori produttivi: pannelli e semilavorati in legno, parquet, accessori vari. I prodotti delle aziende italiane dei semilavorati sono sempre più richiesti anche da una clientela internazionale fortemente interessata al made in Italy ed è ciò che permette ad aziende come Pennacchioni Spa di differenziarsi dalle grandi aziende che operano nel settore dell'arredamento.

Pennacchioni Spa, fondata nel 1949 da Leonardo Pennacchioni, ha iniziato l'attività con la produzione di porte e finestre in legno poi, con i figli Roberto e Reginetta entrati in azienda giovanissimi, ha avviato la produzione di semilavorati per l'arredamento: piani, ante, mensole, piani con supporto in truciolato, mdf, rivestimenti in laminato, rivolgendosi così al mercato dell'arredamento con un'ampissima varietà di prodotti personalizzati.

Da oltre 20 anni è entrata a far parte dell'azienda anche la terza generazione: il figlio di Roberto, Lorenzo, oggi attivo nell'area tecnico-produttiva, divenuta uno dei reparti con la più articolata gestione, vista la varietà di prodotti offerti alle più importanti aziende di produzione del mobile. «Alla fornitura di barre semilavorate di piani, ante, tops, mensole ecc. abbiamo aggiunto la fornitura degli stessi prodotti finiti a misura e a riferimento ("just in time") in una vasta gamma di colori – afferma Reginetta Pennacchioni -. Oggi, con 80 dipendenti e un moderno stabilimento a Falconara Marittima (An), ci siamo evoluti nell'offerta di semilavorati innovativi per mobili, combinando tradizione e tecnologia all'avanguardia».

Qual è il core business dell'azienda?

«Da oltre 35 anni il core business dell'azienda è rappresentato dalla produzione di semilavorati per l'arredamento con l'esperienza e la sapiente cura dei dettagli che solo un prodotto made in Italy può offrire. Certificati con sistema qualità Uni En Iso 9001 e Csq/Csi-Icila e Fsc® CoC, siamo partner di molte importanti aziende del settore, la



Pennacchioni Spa è tra le principali aziende nella produzione di semilavorati d'arredo».

Quali sono i punti di forza che meglio vi rappresentano?

«Le esigenze del cliente vengono soddisfatte con la più naturale attenzione, che comprende la meticolosa selezione delle materie prime, la cura di ogni dettaglio, fornendo finiture su richiesta, "contorni naturali" con un servizio di pre e post vendita flessibile, dinamico e puntuale. La struttura permette di offrire ai nostri clienti il duplice servizio di fornitura di prodotti in pannelli o just in time, dando loro la possibilità di scegliere la produzione di ante e piani tagliati su misura e cucine personalizzate. Nel nostro magazzino sono disponibili oltre 150 colori di pannelli e bordi sempre pronti e un'ampia scelta di laminati per piani. Ci caratterizza anche la costante attenzione verso le nuove tecnologie, sia produttive che informatiche. Abbiamo sempre investito nel rinnovamento tecnologico e di prodotto, assicurando capacità e flessibilità, qualità di sistema, rapidità nella consegna con l'unico scopo di fornire sempre il meglio ai clienti italiani ed esteri».

Che caratteristiche hanno i vostri semilavorati?

«Oggi sempre più clienti scelgono i prodotti in laminato per le loro proprietà: resisten-

za, versatilità e risparmio. I grandi marchi italiani si avvalgono dei nostri prodotti in laminato per arredare le migliori cucine e non solo, grazie alla resistenza del laminato plastico e alle sue indubbie e versatili qualità estetiche: questo materiale praticamente indistruttibile, con ottime proprietà meccaniche ed igieniche, nonché con una infinita gamma di colori, finiture e spessori, si presta in modo eccellente alle più svariate applicazioni nell'arredamento della cucina, del living, bagno, ufficio, camere e camerette, così come tutto il comparto contract. I se-

milavorati distribuiti da Pennacchioni Spa vantano una grande varietà di modelli, sagome e finiture per adattarsi in maniera impeccabile a ogni ambiente e per soddisfare le richieste sempre più diversificate dell'industria manifatturiera e del mobile, compreso il settore artigianale. La nostra struttura ci permette di stare al passo con le mutazioni continue del mercato, sempre alla ricerca di nuovi colori, finiture e modelli, vantando di un magazzino di oltre 150 colori di pannelli e bordi sempre disponibili oltre alla vastissima scelta di laminati».

Quali altri prodotti realizzate?

«Pennacchioni Spa propone una vasta scelta di semilavorati per mobili: le numerose sagome e finiture rendono pressoché infiniti gli accostamenti e le possibilità. La massima personalizzazione che riusciamo a fornire nella nostra produzione di semilavorati non riguarda solamente forme, supporti e rivestimenti, ma anche il fatto che può essere lo stesso cliente a fornirci il materiale da lavo-

Pennacchioni ha sede a Falconara Marittima (An)

www.pennacchionispa.com

**PAVIMENTI E ACCESSORI**

Pennacchioni Spa distribuisce anche pavimenti in laminato, pavimenti Lvt e accessori per l'installazione. Possiede una vasta gamma di pavimenti in laminato e pavimenti Spc di alta qualità, progettati per soddisfare svariati gusti ed esigenze. Garantisce massima resa, comfort e resistenza nel tempo. Per un risultato impeccabile, si possono acquistare anche accessori professionali per la posa, i battiscopa coordinati e i materiali per l'isolamento acustico e termico.

rare. Abbiamo il piacere di fornire i nostri prodotti a molti dei migliori marchi e brand di mobili in Italia e ad una discreta clientela estera. Eseguiamo qualsiasi tipo di lavorazione per la massima personalizzazione del prodotto richiesto, con grande passione e tutta la qualità del made in Italy».

• **Beatrice Guarnieri**



Morici

Tradizione artigiana e design nella lavorazione del legno

Nato negli anni Settanta come piccola bottega specializzata nella creazione di arredi in legno, oggi Morici è un marchio riconosciuto a livello internazionale nella lavorazione di altissima qualità con materiali come legno, pelle, vetro e metallo. Morici propone lussuose collezioni dal design esclusivo e commercializzate in tutto il mondo. Costante è la ricerca di nuove soluzioni per proporre prodotti in grado di esprimere eleganza e lusso contemporaneo, esaltando l'esclusiva manifattura made in Italy. I mobili e i complementi possono adattarsi ai progetti più creativi, mutando finiture, colorazioni e materiali, in un'ottica di massima personalizzazione. Tra le collezioni spicca la linea Tellux disegnata da Marco Fuligni, che nasce con l'obiettivo di esaltare l'identità fortemente artigianale dell'azienda e che si distingue per l'accostamento materico e colorato di diverse essenze di legno pregiato, incastonate in una fitta trama di linee. Ogni prodotto by Morici è progettato e realizzato a regola d'arte per durare a lungo nel tempo mantenendo intatte le proprie caratteristiche di bellezza e lucentezza.

Morici Collection
Via Volponi, 19 - Zona Ind.le Squartabue
Recanati (MC)
Tel: 366 7407242
info@moricicollection.com
www.moricicollection.com

In Basilicata, il polo del salotto (Matera, Altamura, Santeramo) ha dato natali illustri a straordinarie aziende che hanno fatto la storia dell'eccellenza e della qualità del mobile imbottito, creando ricchezza e posti di lavoro. Ci sono realtà, come Spazio Relax, che hanno saputo raccogliere la straordinaria eredità, con grande coraggio, in una contingenza di crack del mercato, per contribuire a riavviare i ritmi di una volta, facendolo gradualmente ripartire, recuperare ed espandere. L'azienda nasce in un momento molto particolare dal punto di vista storico del settore, quando tutto il comparto era in crisi, ed è riuscita a sfruttare delle leve particolarmente stimolanti e a contribuire alla ripresa del settore.

Spazio Relax è stata fondata nel 2007, in un'area geografica al confine tra Puglia e Basilicata, nel triangolo del salotto italiano, precisamente, nel suggestivo paesaggio dei Sassi, Matera, da Francesco Tamburrino, imprenditore illuminato, dalle spiccate capacità organizzative, che vanta una tradizione familiare eclettica, con svariati impegni nel mondo dell'economia.

Riconosciuto e apprezzato sul territorio, Francesco Tamburrino prima fonda Spazio Relax e poi la trasforma e la rinnova nella modernità di un approccio manageriale, nella cura dei lavoratori impiegati nell'azienda e nella scelta di una filosofia produttiva impostata sulla qualità del prodotto. «Creare valore nel settore del mondo salotto, a noi tanto caro, è il motivo ispiratore del nostro modello di business, il recupero nel pieno rispetto dell'artigianalità delle nostre produzioni, coniugate per la prima volta a Matera all'alta tecnologia, per la produzione, per la progettazione e la creazione, di poltrone e divani elettrici e motorizzati» afferma il direttore generale Antonio Tinelli.

Da quali obiettivi siete partiti?

«Siamo partiti dal bisogno e siamo evoluti assecondando la comodità. La crescita dell'azienda è passata attraverso la ricerca della comodità, diffusa generalizzata e democra-

Parola d'ordine, comfort

Spazio Relax, punto di riferimento nel settore delle poltrone lift-relax e massaggio in Italia e all'estero, apre le porte a un'esperienza di relax senza paragoni, arricchita dalla tradizione artigianale italiana e dalla costante ricerca di innovazione e perfezione. Ne parliamo con il direttore generale Antonio Tinelli

tica. Inizialmente abbiamo pensato al target del bisogno, alla necessità, all'esigenza in cui tutti gli esseri umani si identificano, e abbiamo cercato di soddisfare il bisogno attraverso un prodotto per restituire comfort e benessere psicofisico al nostro consumatore, a volte interessato da effetti disabilitanti. Abbiamo cercato di assisterlo e curarlo garantendogli un sistema alzapersona, una poltrona reclinabile, lift e relax. Con le poltrone poste su roller elettrici e manuali, le cui ruote garantiscono facili spostamenti anche con persona a bordo, abbiamo contribuito certamente a superare le barriere di un'interazione negativa nel contesto casalingo per persone bisognose della nostra poltrona».

Come si caratterizza la vostra filosofia produttiva?

«La nostra filosofia produttiva si descrive nella ricerca e nello sviluppo di prodotti sempre di estetica pienamente e profondamente sposata all'utilità, all'insegna del bello. Ci distinguiamo per un assortimento e per una customizzazione del prodotto che nel tempo ha generato personalizzazioni uniche. Il successo di Spazio Relax è stato garantito dal brevissimo tempo di realizzazione del prodotto, in processi rispettosi del lavoro artigianale, capaci di acquisire il valore aggiunto dell'automazione».

Su cosa puntate di più?

«L'energia vitale di Spazio Relax poggia sulle



CI DISTINGUIAMO PER UN ASSORTIMENTO E PER UNA CUSTOMIZZAZIONE DEL PRODOTTO CHE NEL TEMPO HA GENERATO PERSONALIZZAZIONI UNICHE

solide basi di una filosofia ormai affermata, di cui abbiamo anche fatto il nostro motto "Comoda la vita", che non è un semplice advertising ma costituisce la reputazione la brand awareness di Spazio Relax. I nostri arredi garantiscono il duplice vantaggio di offrire la comodità di rigenerarsi in spazi che, oltre a essere esteticamente apprezzabili, sono comodi, confortevoli e facili da utilizzare. La gamma dei nostri prodotti destinati all'esigenza evolve nel design conquistando nuovi target nel living comodo, nel segmento del

massaggio, attraverso sistemi tecnologici avanzati e performanti di wellness e di comfort che comprendono le nostre poltrone yogaflex, massaggio smart e shiatsu. Prodotti che riprendono l'idea di salute e benessere con nuovi e accattivanti design per la mobilitazione della parte bassa della schiena con funzione lombare dinamica e decompressione della colonna vertebrale, in posizione cardio relax. Le nostre sedute sono rivolte anche a conquistare consumatori nuovi, mercati diversi che vanno dalla spa e benessere

SCELTI IN TV

Spazio Relax ha avuto anche quest'anno la conferma di un importante riconoscimento, di cui va particolarmente fiera, in quanto totalmente coerente all'idea della comodità come stile di vita, non solo per il relax ma a supporto di tutti i momenti importanti, tra cui decidere, assumersi la responsabilità di scegliere: «La comodità è la nostra parola d'ordine e anche quest'anno la trasmissione televisiva TuSiQueVales, in onda in prima serata su Canale 5, si è affidata alla nostra esperienza utilizzando le nostre poltrone, precisamente i modelli Onda e Venus sono state adottate negli studi televisivi di una delle trasmissioni più viste in Italia».



OSSERVATORIO ABITARE

all'hospitality, fino al mercato medicale e della salute aziendale. Puntiamo anche alla poltrona carrozzina elettrica a comando joystick, con tutte le soluzioni tecnologiche più al passo con i tempi».

Come vi posizionate all'interno del mercato?

«Il goal per Spazio Relax è arrivato nella pronta consegna, grazie a magazzini ampi, capaci di stoccare quantità di prodotto finito tali da soddisfare la nostra rete commerciale che oggi conta 30 agenti e 440 punti vendita in tutta Italia, oltre a un mercato estero caratterizzato dal 10 per cento del fatturato (rivolto soprattutto verso Israele, Canada, Stati Uniti e Francia) che apprezza molto il made in Italy di Spazio Relax e che sta dandoci grande soddisfazione con la sua costante crescita».

Che cosa vi contraddistingue dai vostri competitor?

«Grazie al Ministero degli Esteri italiano che ha emanato un bando finalizzato alla internazionalizzazione dei prodotti made in Italy, abbiamo prodotto una blockchain per la certificazione della filiera produttiva e dei materiali utilizzati. Così, sempre al passo con i tempi e con le innovazioni, siamo stati la prima azienda in Italia ad essersi registrata nell'ambito del settore degli arredi e ad aver realizzato un'operazione tanto importante. Scegliere una poltrona Spazio Relax non è solo scegliere un prodotto 100 per cento italiano e garantito ma anche un sistema tecnico e funzionale che si integra ed espande grazie a un ventaglio di soluzioni meccaniche, accessori opzionali, ampia scelta di modelli e dimensioni con un'ampia gamma di tessuti e rivestimenti. Per questi motivi Spazio Relax è un'azienda leader nel settore delle poltrone relax con seduta assistita, in grado di fornire prodotti di serie personalizzabili. Vere e proprie poltrone su misura disegnate e prodotte tenendo conto delle vostre necessità ed esigenze».

Tra le poltrone Spazio Relax, la Bergè è

Antonio Tinelli, direttore generale della Spazio Relax ha sede a Matera - www.spaziorelaxitalia.it



SPAZIO RELAX STORE

Spazio Relax Store nasce come un grande spazio espositivo dedicato al riposo con poltrone relax, divani letto e materassi. Qualità dei materiali, alta tecnologia del benessere e un design accattivante caratterizzano tutti i prodotti presenti nello showroom. Chiunque voglia visitare lo store si sentirà a proprio agio, sereno di poter dedicare il suo tempo in un luogo confortevole ed armonioso.

Il team Spazio Relax è composto da personale specializzato nel campo dei mobili imbottiti e personale tecnico in grado di progettare meccanismi sempre più sofisticati e all'avanguardia, in questo modo nascono poltrone dal design moderno con tecnologia per il benessere fisico personalizzabili per soddisfare le esigenze di tutti.

una vera e propria icona: che caratteristiche possiede?

«Bergè è la classica poltrona ad alzata assistita, la più prodotta, la più venduta. È sicuramente la poltrona reclinabile elettrica che non può mancare e, al contempo, il prodotto più ricercato dalla clientela che vuole il relax come esigenza medica o per il semplice riposo. Si tratta di una seduta che coniuga al contempo linee classiche, sobrie ed eleganti ad una elevata versatilità di utilizzo. La configurazione della poltrona Bergè, inoltre, supporta tutti i nostri optional e accessori oltre che numerose possibilità di personalizzazione, partendo dal rivestimento in pelle o in tessuto. La poltrona standard, ovvero la "compact", studiata negli ingombri e nel comfort, può diventare "special", per altezze fuori standard, o "extralarge", con meccaniche rinforzate in grado di sollevare fino a 250 kg su sedute più ampie. La poltrona Bergè, infine, si presta a un'ulteriore gamma di optional, nelle versioni "classic" e "special": il roller system, un pratico sistema di sollevamento della meccanica su quattro ruote indipendenti, azionato mediante una leva a pedale posta nella parte posteriore della poltrona, che permette di trasportare facilmente la poltrona da una stanza all'altra; la batteria, che assicura l'utilizzo della poltrona anche lontano dalla presa di corrente; il kit vibro che, attraverso una piastra vibromas-

saggiante, massaggia su tutto il corpo, stimolando la decongestione della muscolatura e facilitando la circolazione sanguigna».

Il divano è un complemento d'arredo che non può mancare in una casa: cosa consiglia a chi deve acquistarlo?

«Scegliere un divano o un qualsiasi altro complemento d'arredo per la propria abitazione non è un'operazione semplice, sono tanti gli aspetti da prendere in considerazione, Un divano svolge funzioni differenti. Per questo deve essere scelto con estrema attenzione, ha un ruolo ben preciso nel favorire il relax, contribuisce a caratterizzare lo stile di un ambiente. In particolare, un divano deve rappresentare un mix perfetto tra design e comfort. I divani Spazio Relax non sono semplici divani. Già da un primo sguardo si capisce che hanno caratteristiche che li rendono unici ed estremamente versatili, riservano alcune sorprese che li rendono

Cosa vi ha portato l'ingresso di CaliaItalia?

«Nel 2021 ha fatto ingresso nella compagine sociale di Spazio Relax, CaliaItalia, azienda nata a Matera nel 1965; l'esperienza unica di un socio prezioso, una delle realtà più importanti e riconosciute al mondo, nella realizzazione di mobili imbottiti, ha introdotto e rafforzato ricerca e tecnologia, design e gusto italiano, artigianalità e creatività, oltre a nuove e più efficaci strategie commerciali. Forte di tutto questo, oggi Spazio Relax ha certamente consolidato e allargato il suo mercato di riferimento, ampissima la scelta delle poltrone con dispositivo medico di supporto e d'aiuto a persone anziane o con difficoltà motorie».

Come vede il futuro di Spazio Relax?

«Il futuro di Spazio Relax è nell'unione di differenti esperienze, maturate nel settore del mobile imbottito, abbiamo condiviso le nostre conoscenze per ideare prodotti adatti a garantire benessere psico-fisico di qualità».

• **Cristiana Golfarelli**

ABBIAMO CERCATO DI SODDISFARE IL BISOGNO
ATTRAVERSO UN PRODOTTO PER RESTITUIRE
COMFORT E BENESSERE PSICOFISICO AL NOSTRO
CONSUMATORE, A VOLTE INTERESSATO DA
EFFETTI DISABILITANTI

Esplorando il benessere

L'arredobagno nell'esperienza di Andrea Lanza, all'interno di un'azienda orgogliosamente italiana che da decenni è presente nel settore. Ecco quindi un esempio concreto di manifattura eccellente eppure accessibile

Lo stile italiano in un connubio fra praticità ed eleganza, manifattura impeccabile e misura del costo. È l'esempio che ci porta Andrea Lanza, alla guida della padovana Megius Spa, azienda che da quarant'anni si occupa di arredobagno e, in particolare, di soluzioni per la doccia. Quarant'anni non sono pochi, soprattutto quando si parla di design, di esigenze in evoluzione, di nuovi stili di vita. Con le abitudini e la società, cambiano anche le caratteristiche degli spazi vissuti, i desideri che questi si portano dietro: il piacere stesso cambia volto. Ed ecco, quindi, lo sviluppo dell'arredo moderno secondo Megius, che incontra anche il wellness, negli esempi descritti da Lanza. «Siamo entusiasti di presentare i nostri quattro prodotti cardine – dice il titolare dell'impresa veneta –, simbolo dell'innovazione, della qualità e della dedizione che caratterizzano la nostra azienda. Per noi si tratta di veri e propri capolavori capolavori».

Il primo è il box doccia Zen. «Si tratta della nostra creazione distintiva – dice Lanza – che fonde funzionalità e design senza compromessi. Zen è un esempio di stile raffinato e prestazioni senza pari. Lasciatevi avvolgere dall'eleganza autentica. Essenziale, unica, elegante. Negli anni il gruppo Megius si è fatto interprete dei cambiamenti di gusto e stile dell'area doccia, accogliendo le sfide del mercato in qualità di scommesse da vincere.

Megius ha sede a Mestrino (Pd) - www.megius.com



Con la serie Zen, proponiamo una gamma completa di soluzioni doccia, ribattezzata come «la doccia impossibile», perché contraddistinta da caratteristiche tecniche rivoluzionarie che la rendono un prodotto con pochi profili minimal quasi impercettibili, dove vige l'imperativo «less is more». L'estetica è di sicuro impatto, da togliere il fiato, rispondendo all'esigenza espressa dall'utenza privata e al mondo del hotelierie. Il box doccia, infatti, presenta un profilo superiore di scorrimento alto soltanto 17 millimetri».

Il secondo esempio riguarda l'area wellness. «Con Zen Hammam abbiamo una funzionalità senza paragoni. All'avanguardia in ogni aspetto, Zen Hammam è sinonimo di innovazione. Con un design futuristico, questa creazione si adatta anche a piccoli spazi. Il mood stilistico dei nuovi prodotti richiama e riprende il profilo minimale della doccia Zen, esaltando ancora di più il vetro attraverso giochi di trasparenze, ma viene arricchito da mensole fisse portaoggetti che donano autenticità al prodotto, inserite direttamente sul vetro e disponibili in più dimensioni. All'interno di Zen Idro/Hammam, la presenza della seduta integrata in legno Iroko, permette di assaporare al meglio l'esperienza per un completo benessere».

Poi, è la volta di una particolare combinazione. «Non a caso – continua Lanza – si chiama Combi ed è il risultato di un matrimonio: quello fra una doccia con bagno turco

con panca e ripiani in legno, e una sauna con ingresso ad angolo. Tutte le superfici sono simili in entrambe le parti e la parete di rivestimento esterna della sauna è nello stesso materiale del bagno turco. L'individualità è al centro di Zen Combi, con opzioni di personalizzazione infinite che permettono di creare qualcosa di veramente unico. Zen Combi è l'ulteriore declinazione del progetto Zen, dove possiamo ammirare l'esaltazione del binomio tra calore-acqua: una nuova soluzione Megius per il relax che racchiude il segreto della massima adattabilità in spazi domestici o suite alberghiere, poiché sfrutta gli spazi ad angolo, senza necessariamente dover disporre di ampi spazi in un'unica direzione. In pratica, si tratta di una sorta di mini-spa che può essere collocata anche nell'ambiente domestico, uno spazio dedicato al benessere anche dal punto di vista estetico,

NEGLI ANNI MEGIUS SI È FATTA INTERPRETE DEI CAMBIAMENTI DI GUSTO E STILE DELL'AREA DOCCIA, ACCOGLIENDO LE SFIDE DEL MERCATO E ANTICIPANDO LE TENDENZE

grazie alla presenza del vetro, del legno e del design in generale: da un lato la sauna finlandese secca con interni in legno di abete impiallacciato e colorato, dall'altro l'hammam con pareti in vetro e in pannello Layer». Infine, Exen. «Questo è un prodotto unico nel suo genere. È la sauna pensata per soluzioni indoor. Trae spunto dalla concezione del vetro come elemento che, da semplice decorazione, si sta sostituendo sempre più a elementi strutturali degli ambienti sia pubblici che privati, alterando così la percezione della visibilità ed eliminando qualsiasi ostacolo visivo. L'incastro tra vetro e legno regala alla vista un prodotto raffinato, luminoso, dal design innovativo e ricercato. Siamo abituati a vedere saune finlandesi composte unicamente da legno, mentre Exen si discosta da questa concezione, essendo composta principalmente da una parete di fondo in legno abate dove sono incassati i due livelli panche, mentre le pareti di rivestimento sono in vetro». • Renato Ferretti

LA FORZA DEL MADE IN ITALY

«Rigorosamente pensato e realizzato in Italia – dice Andrea Lanza, alla guida della padovana Megius Spa –, ogni prodotto Megius sia box e cabina doccia, sia sauna sia hammam, racchiude in sé un talento tutto italiano di genio e laboriosità, il tutto gestito in un'ottica industriale. Ogni manufatto, quindi, risulta frutto di analisi strategiche e di ispirazione, di tecnicità e di estetica, di produzione automatizzata e di manodopera sapientemente organizzata. Un sapiente mix fra maestria artigiana e operatività manageriale, passione per le cose belle e spirito innovativo, pianificazione strategica e know how di mercato, che oggi l'azienda infonde in ogni progetto di sviluppo. In questo modo, andiamo incontro ai bisogni e ai desideri di clienti, progettisti e consumatori finali, dando forma, giorno dopo giorno, a personali e originali risposte in termini di prodotti e servizi».



L'arredobagno che ti emoziona.

Da più di quarant'anni Megius, azienda italiana, produce e promuove box e cabine per la doccia uniche nel design, accessibili economicamente a chiunque, destinate a rappresentare, in Italia e nel mondo, l'arredobagno d'alta scuola italiana, anticipando e interpretando i cambiamenti e le abitudini della società moderna. In tempi più recenti è sinonimo anche di prodotto wellness, sauna e hammam, poiché è sempre più diffuso il sentimento e la ricerca del relax sia in casa che al di fuori.

Infatti il significato del nome Megius "Mille Emozionanti Gocce In Uno Spazio" – racconta di un indissolubile rapporto tra acqua, calore, stile, funzionalità, progettazione e servizi, il tutto rigorosamente fatto in Italia, attraverso l'utilizzo combinato di vetro temperato, alluminio, acciaio e legno. "Non si può fare": ecco il punto d'inizio di ogni sfida Megius. I limiti già scritti dello stile e della funzionalità per Megius diventano un trampolino di lancio, un nuovo muro da abbattere, un'onda che travolge e che crea progresso.

Megius Spa
Via Torino, 18 – 35035 Mestrino (Pd)
Tel +39 049 9048711
www.megius.com - megius@megius.com

 **megius**



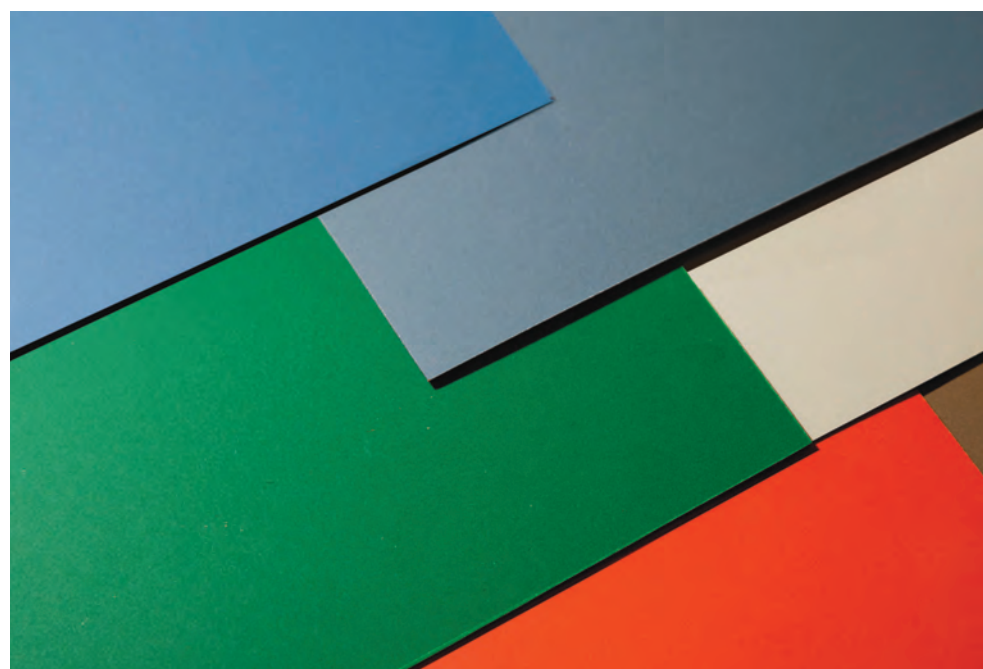
Il laminato creativo

Scegliere un laminato Abet significa scegliere un prodotto di qualità made in Italy, dal forte impatto estetico, capace di resistere all'usura e che mantiene intatte le sue caratteristiche nel tempo. Ne parliamo con il ceo, Ettore Bandieri

Il celebre architetto, designer e accademico italiano Giò Ponti lo definì "uno straordinario materiale per l'architettura elaborato dall'uomo", contribuendo così a diffondere l'impiego dei laminati decorativi nell'interior design, rendendo Abet Laminati uno dei principali produttori al mondo di questo semilavorato già dai primi anni 70. Quello di Abet Laminati è un percorso attraverso cui il laminato ha progressivamente assunto l'identità di vera e propria materia prima creativa per progetti fortemente distintivi. L'azienda non si è limitata a produrre, ma ha creato virtuose collaborazioni con grandi designer internazionali, portando il laminato a diventare un vero e proprio materiale capace di inserirsi in modo sempre artistico in diversi contesti progettuali.

Dal sostegno alla nascita di Alchimia sul finire degli anni Settanta - da cui la lunga collaborazione con Alessandro Mendini -, al ruolo nei confronti del Gruppo Memphis dei primi anni Ottanta, (vere rivoluzioni culturali che hanno segnato profonda-

Ettore Bandieri, ceo della Abet Laminati di Bra (Cn)
www.abetlaminati.com



GRAZIE AD ABET, IL LAMINATO È DIVENTATO UNA PRIMA SCELTA DI TANTI CREATIVI, SEGNANDO UN CAMBIAMENTO DAVVERO EPOCALE PER UN MATERIALE COMPOSTO SEMPLICEMENTE DA CARTA E RESINE

mente l'evoluzione dello stile internazionale e divenute importantissimo strumento di promozione del made in Italy nel mondo), con l'interpretazione dei laminati colorati da parte di Ettore Sottsass, Abet Laminati ha scritto la storia di questo materiale che ha come naturale mercato di riferimento l'industria del mobile, dove ha sin da subito ricevuto un grande apprezzamento e trasformato il modo di realizzare mobili e complementi d'arredo. Abbiamo incontrato il ceo, Ettore Bandieri.

Quali sono i punti di forza di Abet?
«Io vedo almeno due punti di forza, riconosciuti anche dal cliente e dal mercato. Il primo è il design. Abet si è fatta un nome grazie al design. Per capirlo bisogna fare un salto indietro nel tempo: il laminato è quel materiale che una volta era chiamato Formica, tipica dei banchi di scuola e delle

cucine della nonna. Era un materiale molto funzionale ma senza una caratterizzazione estetica. Abet è stata la prima azienda a cambiare questo paradigma; grazie ad artisti del calibro di Ettore Sottsass è stato scelto come un materiale privilegiato da parte di tanti altri designer. Il laminato è

diventato così una prima scelta di tanti creativi, segnando un cambiamento davvero epocale. Se era nato infatti come succedaneo di prodotti naturali come il legno e il granito, oggi è diventato un materiale ricercato, sofisticato, anche più costoso di alcuni prodotti naturali, sempre mantenendo le sue peculiarità: robustezza, igiene, resistenza. L'altro punto di forza riconosciuto ad Abet è la qualità dei prodotti. A prescindere dalla cifra estetica, Abet si differenzia per la qualità dei suoi prodotti. Inoltre, oggi l'azienda è animata da una grandissima spinta verso i temi ambientali, come dimostrano i prodotti Re-Abet, composti al 100 per cento da carte kraft riciclate. Stiamo sviluppando anche prodotti che non abbiano all'interno dei materiali a base petrolifera e ci stiamo preparando al tema Esg per il quale proprio quest'anno faremo il primo bilancio».

Nei confronti dell'export come vi ponete?

«L'export per noi supera il mercato italiano. Abbiamo cercato di avvicinarci ai mercati più importanti al mondo come sbocco producendo in sito. Siamo partiti con tre stabilimenti in Italia e di lì forniamo tutto il mondo. Due anni fa, però, abbiamo comprato uno stabilimento produttivo negli Stati Uniti allo scopo di incentivare maggiormente la produzione per questo mercato.

Siamo in discussione con lo stato del Wisconsin, dove siamo localizzati, per aumentare la capacità produttiva di questa azienda e probabilmente cercheremo di produrre sempre di più nei mercati di consumo per migliorare la qualità di servizio al cliente. Nel nostro settore, i tempi di consegna cominciano ad essere un punto molto importante e chiaramente se produciamo in Italia gli articoli da distribuire negli Stati Uniti, non riusciamo ad essere competitivi come altri fornitori in loco. Delocalizzare è necessario per meglio servire i mercati esteri lontani, a prescindere dal costo di produzione o dal sistema industriale del paese».

Che caratteristiche ha la vostra ultima Collezione "Mare Nostrum"?

«La collezione "Mare Nostrum", disegnata

LIBERA ESPLORAZIONE CREATIVA

Con una vasta gamma di collezioni che combinano struttura e immagine, avanguardia tecnologica e ricerca estetica, Abet laminati ascolta, risponde e anticipa le numerose richieste di un mercato in costante crescita e definizione. L'azienda ha promosso partnership sinergiche con i maggiori designer internazionali, realizzando materiali capaci di interpretare le evoluzioni e rivoluzioni che hanno contraddistinto lo stile contemporaneo e le sue continue sollecitazioni culturali. Sotto la guida degli attuali design curator Giulio Tacchetti e Matteo Ragni, oggi l'azienda promuove progetti di libera esplorazione creativa sulle superfici, ispirati dalla volontà di guardare ogni materiale oltre quello che appare, pensarlo in un contesto diverso, dargli dignità nuova e disruptiva.

OSSERVATORIO ABITARE

da Matteo Ragni, e realizzata con il core Re-Abet, conta 6 pattern realizzati in stampa digitale (Fetch, Islands, Octopus, Net, Papersail, Shark), ognuno di questi declinato in quattro colori che richiamano le tonalità naturali del mare e della terra. È una collezione di decori che celebra il mare, simbolo di vitalità e biodiversità, elemento che lambisce le coste di tutti i continenti e che li tiene uniti e collegati tra loro: il nostro mare, di tutti e per tutti, dove trovano casa migliaia di specie marine in un ecosistema spesso messo in crisi dalle azioni dell'uomo. I decori prendono formalmente spunto da pesci e moto ondoso per ricreare dei pattern più astratti e geometrici. Un messaggio sottotraccia per ricordarci di prenderci cura del nostro mare e del nostro unico pianeta terra».

Quali sono altre collezioni iconiche di Abet?

«Abet Laminati ascolta, risponde e anticipa le numerose richieste di un mercato in costante crescita, grazie a un'ampia gamma di collezioni che combinano struttura e immagine, avanguardia tecnologica e ricerca estetica. Oltre a Mare Nostrum, il catalogo di Abet è molto vasto, con collezioni importanti quali Polaris Contemporary, un materiale dalle caratteristiche uniche a partire dall'effetto di superficie profonda e piena che si è arricchito di 12 nuovi decori. Polaris al tatto dona una sensazione di calore e morbidezza. È stata studiata per essere resistente ai graffi e alle alte temperature, oltre ad essere un prodotto antibatterico e anti-impronta. Le straordinarie peculiarità di durezza e piacevolezza al tatto rendono Polaris un prodotto ideale per i designer più difficili e i progettisti contemporanei. Vengono soddisfatte tutte le caratteristiche che si esigono da una superficie in laminato con un risultato gradevole e originale. Oppure la serie Metalli che da poco si è completata con nuove finiture capaci di enfatizzare la luminosità e il carattere delle superfici.

Da non dimenticare anche le finiture che caratterizzano invece le altre superfici come la nuova texture Geo, caratterizzata da una matericità basica e da una leggera increspatura, ed ispirata agli elementi naturali rievocando la tridimensionalità della pietra tramite una sapiente alternanza di solchi ruvidi e insenatura levigate. Infine, possiamo ricordare le finiture che caratterizzano invece le altre superfici come Papier, Climb e la più giovane delle proposte, Ostuni, insieme alle superfici della collezione Rocks, o anche Root e Bark che, con il loro carattere deciso, sono in grado di donare ai decori della collezione Legni una texture materica e marcatamente lignea.

Il marchio Metalleido, parte di Abet dal



LA COLLEZIONE "MARE NOSTRUM", DISEGNATA DA MATTEO RAGNI, CONTA 6 PATTERN REALIZZATI IN STAMPA DIGITALE, OGNUNO DECLINATO IN QUATTRO COLORI CHE RICHIAMANO LE TONALITÀ NATURALI DEL MARE E DELLA TERRA

2015, è identificato invece da pannelli compositi con core in nido d'ape in alluminio o in Nomex, robusti ma leggeri, eleganti e versatili. Esacore e Monocore, per esempio, sono rispettivamente in allu-

minio e in fibra di vetro e destinati alla realizzazione di componenti di arredo, top cucina, rivestimenti di soffitti, pareti e pavimenti».

La sostenibilità per voi è sempre più



IL MUSEO ABET LAMINATI

Il Museo Abet Laminati rappresenta il luogo fisico e ideale dove memoria e futuro si incontrano. Visitare queste sale significa ripercorrere la storia del design, immergersi in squarci di realtà significativi per assistere al vorticoso mutare dei trend dagli anni Sessanta ai giorni nostri. Un giacimento preziosissimo di materiali, prodotti, testimonianze uniche del lavoro che i più importanti progettisti al mondo hanno espresso grazie ai materiali Abet Laminati. Più di 600 metri quadrati ospitano arredi, complementi e oggetti che raccontano diversi periodi storici, evidenziandone il valore e la singolarità, tra cui spicca la collezione di elementi di arredo realizzati dal gruppo Memphis: una delle raccolte più complete ed esaustive al mondo di quel periodo artistico, segnato in modo inequivocabile dal genio di Ettore Sottsass.

importante. Quali sono gli impegni che perseguite in tale direzione?

«Spesso si parla degli aspetti più tecnici dei laminati: la facilità di posa e la resistenza del materiale sono sicuramente le caratteristiche più conosciute. Ma c'è anche dell'altro, e ad Abet preme molto l'aspetto della sostenibilità dei prodotti. A tal proposito abbiamo anche messo in atto una serie di comportamenti e processi utili alla riduzione degli impatti ambientali e abbiamo redatto il catalogo dal nome "Abet GoGreen", che illustra la visione, i risultati e i prossimi obiettivi dell'azienda. Scegliere un laminato Abet significa scegliere un prodotto di qualità, duraturo, capace di resistere all'usura, che mantiene intatte le sue caratteristiche nel tempo. Ed è proprio partendo da questa filosofia che Abet ha deciso di puntare sempre più in alto, arrivando a realizzare il nuovo Kraft 100 per cento riciclabile, ma soprattutto con l'impegno dell'azienda orientato verso la riduzione degli impatti ambientali e la continua ricerca».

Quali sono i vostri progetti per il futuro?

«Sono quasi tre anni che il 90 per cento delle attività di ricerca e sviluppo vertono sull'individuazione di alternative a emissioni zero e totale riciclabilità del laminato. Il laminato infatti ha tantissimi vantaggi applicativi, e lo si può realizzare con materiali riciclati ma non è riciclabile perché utilizza resine termoindurenti. Abbiamo realizzato alcuni primi prototipi di un laminato riciclabile, ma non è ancora pronto per una distribuzione in grandi volumi; tuttavia la ricerca continua».

Quali altri settori servite oltre all'arredamento?

«Il laminato è usato in tantissimi settori, tra cui gli ospedali, soprattutto per le camere operatorie e per le camere bianche. Il laminato infatti è intrinsecamente antibatterico, si può ottenere un livello di resistenza ai batteri al 99.9 per cento aggiungendo ioni d'argento. Queste caratteristiche sono importantissime anche per l'igienicità dei bagni dei locali pubblici che sono infatti realizzati con pareti di laminato perché sono igieniche e si lavano facilmente con una pompa d'acqua».

Come si presenta oggi l'andamento del vostro mercato. Siete soddisfatti?

«In questo momento siamo con una controfigura positiva rispetto all'anno scorso. Chiudiamo il primo trimestre del 2024 con un +9 per cento rispetto al 2023. Non si può però sapere quanto durerà. I cicli economici oggi non esistono più, sono troppo rapidi. Tutto sommato l'Italia tiene bene, così come il Nord America, mentre assistiamo a delle sofferenze in mercato storicamente forti come quelli del Nord Europa». • **Cristiana Golfarelli**

L'eccellenza nelle tecnologie di cottura

EHA Electronic Home Appliances Srl è leader internazionale nello sviluppo di piani cottura, cucine a libera installazione e forni altamente innovativi sia dal punto di vista estetico, grazie a un design curato in ogni dettaglio, che di contenuto tecnologico, attraverso applicazioni di tecnologie altamente avanzate come il touch automatic burner control nell'ambito della cottura domestica

L'innovazione in ambito gas è la nota che contraddistingue la società EHA, specializzata nel settore degli apparecchi di cottura. Nata nel 2015 per volontà di Laura Passuello e Fabio Galvan, soci fondatori, è oggi una società che, grazie alla competenza e alla serietà, è capace di offrire servizi integrati efficaci ed efficienti. Così è riuscita a conquistare una clientela di aziende produttrici dalla caratura internazionale, player che riconoscono a questa realtà vicentina l'avanguardia tecnologica e la versatilità totale. «Tra i nostri elementi distintivi c'è, in primo luogo, l'abilità sartoriale nell'avverare pressoché ogni richiesta del cliente, con una customizzazione che va dal prodotto nella sua completezza al singolo componente - spiega il titolare Fabio Galvan -. Una caratteristica, questa, applicata nella progettazione e produzione di piani cottura e forni ex novo, come anche nella personalizzazione di modelli preesistenti. A ciò si aggiunge una grande pulizia formale del design, curato maniacalmente in ogni dettaglio e finitura. Si rivolgono a noi anche aziende produttrici che forniscono la nicchia dell'arredamento per la nautica e per il living d'alto livello». Serietà, ascolto, competenza, assistenza, reperibilità, comunicazioni chiare e puntualità costituiscono in EHA i valori differenzianti che l'hanno sempre contraddistinta. La società si pone al servi-

Fabio Galvan, titolare della EHA di Vicenza
www.ehagas.com



SI RIVOLGONO A NOI ANCHE AZIENDE
PRODUTTRICI CHE FORNISCONO LA NICCHIA
DELL'ARREDAMENTO PER LA NAUTICA E PER IL
LIVING D'ALTO LIVELLO

zio dei clienti come partner di supporto nell'individuare le migliori soluzioni in termini di prestazioni e affidabilità, sia per i prodotti a catalogo, che per i nuovi in via di sviluppo. Coniugando il linguaggio di materiali come vetroceramica, acciaio, ghisa e ottone, EHA perviene a soluzioni dalla sorprendente durezza, facili da pulire e dall'estetica intramontabile. Unitamente a un importante impatto visivo, fornelli e forni realizzati dalla società vantano un'anima elettronica automatizzata, al punto da garantire totale sicurezza in ogni situazione. Pianale, bruciatori, griglie e flange che compongono i piani cottura sono la perfetta commistione di un modus operandi studiato per assicurare risparmio di gas, cotture completamente personalizzabili e fiamma temporizzabile. Ma EHA non è esclusivamente progetti custom: «Ci impegniamo a fornire anche ogni componente per andare in linea nella maniera più

semplice e rapida - precisa ancora il titolare -. Effettuiamo inoltre servizi di formazione e supporto nelle complesse operazioni di certificazione del prodotto».

Il presente dell'azienda è più che positivo, con spiccate soddisfazioni in paesi quali Messico, Colombia e Stati Uniti: «Stiamo attraversando un periodo di grande evoluzione - aggiunge ancora Galvan - nel futuro prossimo vogliamo inserirci ancor più nel segmento luxury, poiché è in tale contesto che la nostra filosofia operativa viene compresa pienamente. Siamo interessati a soci di capitale solo a patto che comprendano e condividano le nostre potenzialità e plus, mettendoci a disposizione un circuito di vendita in linea con quell'eccellenza che non ci stanchiamo mai di inseguire». Tanti i valori su cui si è basata nel corso degli anni la crescita aziendale, su tutti spiccano creatività, analisi, sensibilità tecnica, straordinaria manualità e flessibilità,

abilità nelle quali EHA riesce a dare il meglio di sé. «Vantiamo un'approfondita conoscenza dei fornitori di componentistica e materie prime grazie all'ampio portafoglio di approvvigionamento nei mercati italiano, europeo, turco e asiatico» specifica ancora Galvan. Nel corso degli anni, inoltre, EHA ha sviluppato e prodotto linee di piani di cottura da incasso alimentati a gas, innovative sia dal punto di vista estetico che di contenuto tecnologico, attraverso l'applicazione dell'innovativo "touch automatic burner control".

L'azienda svolge infine attività di engineering in favore dei clienti quali assemblaggio, produzione e meccanica; gestione lab; progettazione, realizzazione, gestione lab; standardizzazione e normalizzazione e test di routine in produzione e random. Grazie alle competenze acquisite nel corso dell'esperienza trentennale, al proprio network, unitamente a un costante e intenso rapporto con i maggiori enti notificati e testing agencies nel mondo (Imq, Ul, Ccc, Sai-Global, Intertek, Sgs e Gost), EHA può supportare efficacemente in diverse aree e con diversi servizi.

«L'auspicio di EHA - conclude il titolare - è di essere parte integrante del progetto del cliente, nel rispetto dei complementari ruoli». • **Luana Costa**



Schermature solari per il risparmio energetico

È forte la responsabilità del settore nei confronti del pianeta e grande l'attenzione a sostenibilità estetica e funzionalità. Gianfranco Bellin, presidente di Assotende, ci spiega l'orientamento delle aziende associate

Risparmio energetico estivo per i nostri edifici, design e forme dei prodotti moderne che si affiancano a quelle tradizionali, sostenibilità dei processi produttivi, dei materiali, dei tessuti: questo l'orientamento indicato per i prossimi mesi da Gianfranco Bellin, presidente Assotende, il comparto che raggruppa le aziende italiane del settore tende e schermature solari.

Presidente andiamo verso la stagione più calda. Le schermature solari sono in grado di ridurre il consumo energetico per il raffreddamento degli edifici?

«Preferisco rispondere alla sua domanda ricordando che esistono in tal senso numerosi studi scientifici che lo testimoniano e che proprio per questa qualità e questo contributo le tende e le schermature solari sono fra quegli interventi che vengono valorizzati dal cosiddetto Ecobonus e la loro installazione premiata se così possiamo dire dall'accesso alle detrazioni fiscali. Enea in tal senso ha svolto e svolge un importante ruolo nel definire criteri e ambiti normativi di riferimento per garantire una detrazione in linea con le finalità dei provvedimenti. Anche sui limiti che indica nel vademecum che accompagna il consumatore verso la detrazione ci è di sti-



Gianfranco Bellin, presidente Assotende

molo. Pensi che il vademecum esclude dalle detrazioni le installazioni a Nord. Abbiamo affidato una ricerca scientifica ad un esperto per verificare limiti e prestazioni di queste installazioni e i risultati, per ora, sembrano incoraggianti. Li condivideremo con Enea».

Quali altri accorgimenti si possono utilizzare per il risparmio energetico, nel miglioramento del comfort e nel raffreddamento del nostro pianeta?

«Se dovessi dirle che cosa migliora la prestazione delle tende e delle schermature solari

direi che la loro automazione e il loro essere parte integrante dei sistemi di governo degli edifici ne moltiplica l'efficacia. La capacità dei sensori di cogliere le variazioni nelle condizioni climatiche e luminose per adattare a quella determinata condizione ambientale è il vero plus che rende il "sistema tenda" efficace ed efficiente. Più efficienza riduce i consumi. Troppo spesso si tende a concentrarsi erroneamente sui consumi per il riscaldamento come obiettivo da ridurre, trascurando di considerare adeguatamente i consumi legati al raffrescamento».

Quali obiettivi si prefigge la vostra associazione?

«Assotende è l'associazione che rappresenta le aziende e gli imprenditori che operano nel mercato delle tende e delle schermature solari e che portano sul mercato un prodotto finito. Ne fanno parte inoltre le aziende impegnate nella produzione di tessuti tecnici e quelle focalizzate sulle automazioni e sulle motorizzazioni. Insieme collaboriamo nel progettare, nel realizzare e nel proporre al mercato prodotti sicuri. La sicurezza è per noi un valore imprescindibile dato che le schermature vengono ancorate alle pareti degli edifici. È inoltre compito dell'associazione valorizzare e difendere gli interessi del settore attraverso un dialogo continuo con le istituzioni nazionali ed europee, le cui decisioni hanno impatti diretti sulla vita delle nostre aziende».

Come sta andando l'andamento del vostro settore?

«Posso confermarle che la pandemia ha realizzato un effetto importante per la crescita del settore. Mai come durante quel periodo tutti abbiamo scoperto quanto fosse importante disporre di uno spazio all'aperto. Un giardino, una terrazza, un balcone. E quanto questo spazio ci sia di utilità e beneficio. E in quello spazio sconosciuto o non valorizzato fino a quel momento abbiamo scoperto un nuovo abitare. Un'area che si colloca fra l'interno e l'esterno e che impropriamente potremmo definire "outdoor". Un'area dove i prodotti dei nostri associati esprimono una funzione di utilità- proteggendo dal sole- e di bellezza vista l'importante attenzione che ri-

servano le aziende associate a questo aspetto. Ombrelloni, dehor, tende a pergola e fra le tante altre soluzioni oggi ricorderei anche le zanzariere, dispositivo che oltre a permettere una ventilazione delle nostre abitazioni ci protegge dai nuovi pericoli portati dalle infezioni da zanzara».

Nei confronti della sostenibilità che impegni vi siete prefissati?

«È un tema importante che vede tutta FederlegnoArredo impegnata nel dare supporto ai propri associati con un grande progetto che parla del presente e del futuro: FLA Plus. Una piattaforma con alcuni servizi ad hoc per gli associati che meriterebbe da sola un approfondimento. Noi, come Assotende siamo impegnati con un progetto che presenteremo ai nostri associati nell'assemblea annuale. Un progetto che vuole realizzare un tool di circolarità che consente di calcolare i costi in CO2 che realizzare una tenda e una schermatura generano; questo dato può essere confrontato con quanta CO2 l'uso della stessa tenda farà risparmiare nel suo ciclo di vita. Pensiamo così di aiutare il settore a misurarsi e a fare scelte consapevoli nella selezione dei materiali utilizzati».

Assotende ha aderito al Global Shading Day, promosso dall'European Solar Shading Organisation. Che cosa è emerso?

«La scelta di Assotende di aderire ad ES-SO è ormai di lunga data e ha le proprie ragioni nella volontà di operare in sinergia con le altre associazioni nazionali per accompagnare i decisori europei nel considerare i benefici che l'installazione delle tende e delle schermature solari può mettere a disposizione riducendo sensibilmente i consumi da raffrescamento che i nostri edifici esprimono. Purtroppo, ancora oggi non è radicata come vorremmo questa cultura del risparmio energetico e non sempre la progettazione ha elementi, strumenti e forza per portare evidenze alla committenza. Proprio per colmare tale lontananza quasi tutte le nostre aziende assistono i professionisti sin dalle fasi progettuali così che il contributo energetico portato dagli schermi sia considerato il valore in più che mancava». • **Cristiana Golfarelli**

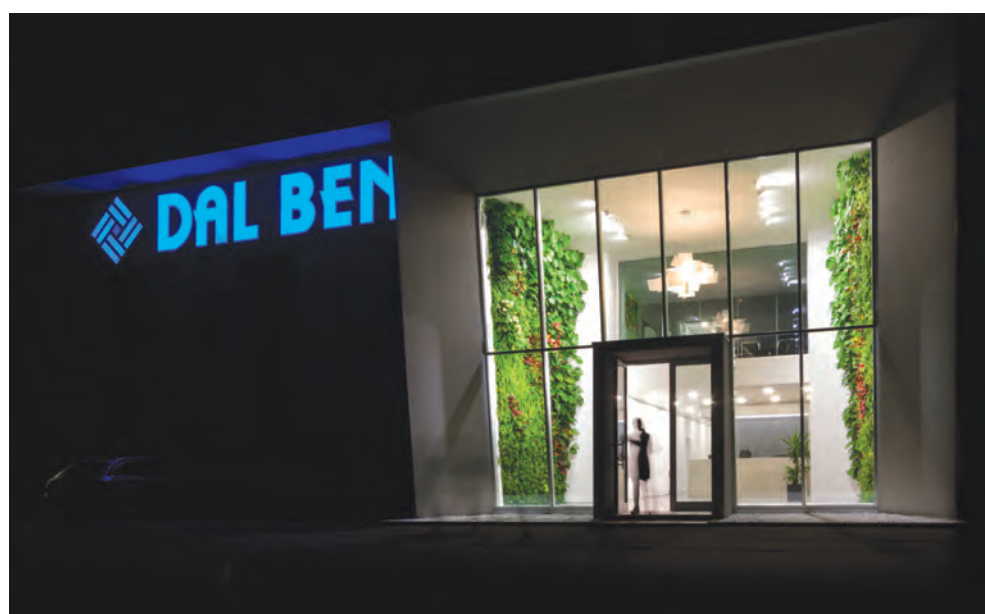


Nella magia dei giardini verticali

Sundar Italia ci porta nel mondo delle pareti verdi viventi, indicandone le nuove tendenze, le caratteristiche tecniche e le diverse possibilità di composizione. «Un tocco di glamour per spazi interni ed esterni»

Che sia per interno o esterno, le pareti verdi viventi sono un'elegante soluzione il cui impatto estetico ed emotivo è innegabile. Certamente, il giardino verticale è un elemento architettonico ricco di fascino, destinato a un pubblico esigente e che vuole distinguersi. Ma proprio per questo non è una soluzione accessibile a tutti. «I clienti lo scelgono perché oltre ad essere bello, cattura l'attenzione, rilassa e fa parlare di sé». A sostenerlo è Alberto Schio, socio e responsabile del design della vicentina Sundar Italia, azienda il cui nome deriva dal sanscrito e si traduce con "attraente, elegante, dotato di grazia, ciò che per sua natura si contrappone al brutto e all'ordinario". «Un giardino verticale vivo conferisce un tocco glamour ad ambienti privati, commerciali e aziendali – prosegue Alberto –, inserendosi positivamente all'interno delle dinamiche sociali, migliorando sensibilmente anche il rapporto tra le persone. Va sottolineato che i giardini verticali vivi non vanno confusi con altre forme di inserimento del verde, come il muschio stabilizzato (Moss) o i giardini pensili. Il giardino verticale, infatti, sfrutta i principi della coltivazione fuori dal suolo, nota come idroponica, sviluppata, in questo caso, in senso appunto verticale». «Nelle nostre pareti verdi, le piante, private quasi completamente del loro terriccio, vengono alloggiare in morbide tasche in feltro, realizzate su pannelli distanziati dal muro, al fine di garantire una corretta aerazione delle pareti – spiega l'imprenditore –. A occuparsi di sorreggere i pan-

Sundar Italia ha sede a Sarego (VI)
commerciale@sundaritalia.com
www.sundaritalia.com



LA PARETE VERDE VIVENTE STUPISCE CON IL SUO FASCINO GREEN E LA SUA IMPORTANTE RESA ESTETICA, CONFERENDO UN CARATTERE UNICO A UFFICI, NEGOZI E ABITAZIONI

nelli con le piante vi è poi una struttura in alluminio che si aggancia al muro. Il sistema modulare Sundar fa utilizzo di pannelli verdi pre-piantumati in azienda, con notevoli vantaggi per quanto riguarda la riduzione dei tempi e dei costi di posa del muro vegetale». Le realizzazioni verdi che offre l'azienda sono tre: giardini verticali interni, giardini verticali esterni e quadri vegetali. Il giardino verticale interno Sundar è un elemento di arredo design elegante ed esclusivo, pensato per gli spazi indoor. Stupisce con il suo fascino

green e la sua importante resa estetica, conferendo un carattere unico a sedi aziendali, uffici, negozi, ristoranti e abitazioni private. Il giardino verticale esterno Sundar è un insieme armonioso ed elegante di piante, selezionate in base alle condizioni microclimatiche locali. Una soluzione innovativa, in linea con le tendenze dell'architettura contemporanea, capace di migliorare le prestazioni degli edifici, anche in termini di risparmio energetico e sostenibilità. I quadri vegetali sono delle soluzioni verdi compatte e dalle misure standardizzate, facilmente in-

stallabili in ambienti privi di allacciamento idrico dedicato (grazie alla vasca di raccolta acqua predisposta al loro interno).

Uno dei dubbi più comuni riguarda la manutenzione. «Questa è garantita da uno specifico team – risponde Schio – che si occupa di pianificare e gestire gli interventi in Italia e all'estero. In termini di frequenza, si può affermare che per avere una parete verde viva perfetta sono mediamente necessari 1-2 interventi di mantenimento all'anno. Il numero di piante deperite da sostituire durante ciascun intervento si attesta attorno al 3-5 per cento del totale piantumato e può variare da contesto a contesto, a seconda di diverse variabili, quali temperature e umidità dell'ambiente in cui il muro vegetale è inserito». Nato nel 1986 da un'intuizione del biologo e artista francese Patrick Blanc, il giardino verticale ha subito nel tempo un'evoluzione. «Se all'inizio erano i giardini verticali interni a farla da padrona, almeno qui in Italia, ora è cresciuto l'interesse per i giardini verticali esterni, generalmente più grandi e maestosi. Giardini che, impiegando piante di diverso tipo rispetto agli interni, possono regalare la magia del cambiamento offerto della stagionalità. Si passa così, nel giro di pochi mesi, da un giardino con le tipiche tonalità del foliage autunnale a un giardino verde e fiorito. Parallelamente, sembra affermarsi il giardino come un elemento fortemente integrato all'architettura degli edifici. Una rinnovata concezione, che permette di essere maggiormente creativi in fase progettuale e di inserire forme ed elementi architettonici di diverso tipo e materiale, in posizione dialogante rispetto al verde vivente».

• Renato Ferretti



COMPETENZA BOTANICA MATURATA SUL CAMPO

Sundar Italia nasce da un'esperienza vivaistica plurigenerazionale, riconvertita nel tempo in un business non tradizionale, che fa del verde verticale vivo il focus della sua attività. Con più di 15 anni di attività, 14 Paesi raggiunti e oltre 500 giardini verticali installati, Sundar Italia rappresenta l'azienda leader a livello nazionale nella realizzazione di pareti verdi viventi, per interno ed esterno. I punti forti che differenziano l'azienda sono l'elevata competenza botanica, dovuta a molti anni di attività, e l'elevata customizzazione delle strutture, capaci di assumere forme fantasiose, in linea con i profili architettonici presenti nel contesto di inserimento. Sundar Italia si distingue inoltre per l'alto livello di artigianalità: strutture portanti, pannelli di alloggio delle piante, corpi illuminanti e sistema centralizzato di controllo dei flussi di irrigazione, sono elementi sviluppati internamente all'azienda, al fine di ottenere un prodotto finale di alto valore estetico e dal funzionamento garantito.



SUNDAR
ITALIA

Il mercato dell'illuminazione: sfide e opportunità

Sostenibilità, innovazione, certificazioni ed etichettatura energetica, sono le tematiche sulle quali si può giocare il futuro di un intero settore. Gli obiettivi di Assoluce illustrati dal presidente Carlo Urbinati

L'illuminotecnica italiana ha di fronte nuove sfide ma anche interessanti opportunità di crescita. Investire in innovazione, sostenibilità e marketing sarà la chiave per competere con successo sui mercati globali. «Il nostro obiettivo», dichiara Carlo Urbinati, «è quello di rappresentare il sistema luce nella sua globalità, dal tecnico fino ad arrivare alla parte decorativa».

Presidente di che salute gode il comparto dell'illuminazione?

«Il comparto dell'illuminazione è molto variegato. Una parte è ancora in discreta salute, l'altra invece risente di alcune difficoltà. È una situazione già vissuta durante la pandemia: c'è stato chi si è fermato prima e chi è andato avanti, chi ha ripreso di colpo e chi deve ancora riprendersi. Oggi con l'impatto del Pnrr e dei vari piani di investimento nelle aree pubbliche, per chi si occupa di illuminazione esterna pubblica e stradale c'è un incremento notevole della richiesta e si aprono grandi opportunità. Per coloro che si occupano di aree domestiche o uffici, invece, dopo una forte concentrazione di domanda alla fine del 2021, adesso il mercato è in stallo».

Quali sono i vostri prossimi progetti e obiettivi?

«Come associazione, fin dal mio insediamento nel 2020, ci siamo dati tre obiettivi. Il primo è stato quello di rafforzare Euroluce, la manifestazione biennale del Salone del

mobile e collaborare al massimo con il Salone. Il risultato è stato molto soddisfacente, come ha dimostrato l'esperienza di Euroluce 2023. Come secondo obiettivo ci siamo prefissati di collaborare in modo sempre più produttivo e sinergico con Assil, l'altra associazione nazionale che, come la nostra, riunisce i produttori di illuminazione. Insieme ad Assil sono certo che porteremo avanti un lavoro importante per l'industria dell'illuminazione. La nostra terza priorità è portare sui tavoli decisionali europei le urgenze che rischiano di mettere le nostre aziende in difficoltà, a partire dal tema delle certificazioni, a quello dell'etichettatura energetica, all'ecodesign. Tematiche sulle quali si può giocare il futuro di un intero settore ed essere presenti è lo strumento migliore per difenderlo. Considerando che il 70 per cento della produzione dei nostri associati va all'estero, si evince come le certificazioni rappresentino delle barriere non doganali per impedire il commercio estero. È un sistema che viene usato da tutti i Paesi per bloccare l'ingresso delle produzioni straniere. La nostra associazione combatte gli impedimenti che cercano di tenere fuori la nostra produzione dai paesi esteri. Come Assoluce siamo entrati nell'executive board di LightingEurope. Questo ingresso e la capacità della nostra industria di fare sistema in un momento così delicato, consentiranno di rafforzare ulteriormente il peso dell'industria italiana in Europa. Il nostro obiettivo principale continuerà ad essere la difesa e armonizzazione



Carlo Urbinati, presidente di Assoluce

delle normative e delle leggi che influenzano il nostro comparto».

Quali sono secondo lei le carte da giocare per essere oggi concorrenziali?

«La mia sensazione è che la tecnologia sia di tutti. Coloro i quali cercano di essere concorrenti basandosi sulla tecnologia sono destinati ad essere raggiunti molto presto. Così come coloro che puntano sulla convenienza economica. Io ho sempre creato oggetti di design e penso che occorra puntare sul design e sull'estetica. Bisogna conquistare gli occhi

e il cuore dei nostri potenziali clienti anche utilizzando le opportunità espressive che si aprono con le nuove tecnologie.

Cosa significa essere sostenibili?

«Abbiamo subito per dodici anni uno tsunami di cambiamenti di regolamenti e tecnologie che ci hanno imposto di passare dall'elettricità all'elettronica. Ma possiamo dire a testa alta di avere realizzato risparmi che arrivano al 50 per cento dei consumi rispetto a 15 anni fa. Questo grazie alle fonti luminose ma soprattutto grazie all'essere passati al mondo dell'elettronica che apre delle possibilità di gestione degli impianti che prima non erano esistenti, come il controllo a distanza oppure la possibilità che la luce sia accesa solo quando effettivamente gli ambienti sono occupati da qualcuno. I prossimi passi in questa direzione sono già dettati in Europa dalla comunità europea. Ci imporrà di scendere ancora con il rapporto consumo assorbito e luce emessa. Ci aspettiamo che la tecnologia ci metterà perfettamente in grado di rispondere a queste richieste e di migliorare ulteriormente l'efficienza. Avremo un flusso luminoso sempre più potente con sempre meno energia assorbita. Stiamo entrando in un mondo in cui sarà sempre più richiesto che le parti siano assistibili, cioè che tutti gli apparecchi siano manutentabili e facilmente riciclabili separando le varie componenti». • **Cristiana Golfarelli**

COME ASSOLUCE SIAMO ENTRATI NEL
NELL'EXECUTIVE BOARD DI LIGHTINGEUROPE.
QUESTO INGRESSO E LA CAPACITÀ DELLA NOSTRA
INDUSTRIA DI FARE SISTEMA IN UN MOMENTO
COSÌ DELICATO, CONSENTIRANNO DI RAFFORZARE
ULTERIORMENTE IL PESO DELL'INDUSTRIA
ITALIANA IN EUROPA



Tutto il fascino del vetro

Da oltre 30 anni Karis significa passione, qualità e innovazione nel settore del vetro. Oggi l'azienda punta sulla capacità di lavorare su misura per rispondere in modo sempre più efficiente alle esigenze dei suoi clienti

Chi fa del vetro la propria passione, in tutto il mondo, ha un punto di riferimento imprescindibile: Venezia. Ed è proprio dall'arte e dalla tradizione dei maestri vetrai veneziani che Karis, situata a pochi chilometri dalla città lagunare, trae quotidianamente ispirazione per realizzare prodotti di alto livello estetico. Il nome stesso dell'azienda – dal greco: grazia e trasparenza – è una dichiarazione d'amore per questo straordinario materiale, capace di rendere ogni ambiente luminoso, leggero, elegante. L'azienda è stata fondata da Antonio Da Ros che, da sempre in contatto con il settore del vetro all'ingrosso, nei primi anni 90 decise di cambiare attività e iniziare a decorare il vetro per creare prodotti non solo funzionali, ma anche "belli". Dapprima la sua ricerca si rivolse ai piccoli oggetti, i piattini, le formelle. Le cose cominciarono a cambiare successivamente, quando nacque Karis insieme all'idea di indirizzare la produzione sulle porte e sul mondo del vetro a 360 gradi. L'azienda puntò da subito su un team di giovani e sulla forza delle loro idee, affiancati dall'esperienza di Antonio: gli stessi giovani che ancora oggi vi lavorano con grande entusiasmo.

«Oggi Karis è una realtà affermata con un forte slancio verso l'internazionalizzazione - spiega la figlia del fondatore Sara Da Ros - È nello stesso tempo un laboratorio artigianale che porta in alto i valori del made in Italy e una realtà industriale che si avvale delle tecniche e dei macchinari più evoluti per rispondere a sfide sempre nuove. Valorizzando le migliori caratteristiche del vetro, in Karis creiamo soluzioni su misura per porte e complementi, spaziando in ogni ambito: porte scorrevoli o battenti, sistemi a soffietto, vetrate, parapetti. Inoltre, realizziamo decori di alto livello artistico con tecniche differenti per soddisfare ogni esigenza. La ricerca costante e quasi maniacale del dettaglio è il nostro marchio di fabbrica: ogni aspetto, dal macro al micro, viene controllato, proporzionato, definito. Il risultato è che ogni porta, ogni lastra, ogni disegno è un pezzo a sé, unico e personalizzato».

Tutti i vetri realizzati da Karis seguono rigide procedure di sicurezza che li rendono adatti ad arredare qualsiasi tipo di ambiente. La produzione affonda le radici in un patrimonio di tecniche tramandate di generazione in generazione, a loro volta elaborazione di antiche lavorazioni di origine romana e fenicia. Qui,



IN KARIS PENSIAMO CHE LA QUALITÀ DEBBA ESSERE ALIMENTATA TUTTI I GIORNI. PER QUESTO ABBIAMO FATTO UNA SCELTA CORAGGIOSA: CONTINUARE A PROPORRE PRODOTTI REALIZZATI AL 100 PER CENTO IN ITALIA

nell'incontro tra la tradizione secolare e la creatività dei giovani professionisti, vede la luce una gamma di prodotti che incontra gusti e necessità del pubblico contemporaneo più esigente.

«Le lavorazioni millenarie convivono con un futuro che guarda alle fibre ottiche, alle tecnologie digitali, ai nuovi impieghi architettonici. Ed è proprio in architettura che il vetro si è sempre più affermato come materiale di riferimento per la sua multifunzionalità. Simbolo di avanguardia dal XIX secolo, è oggi un materiale "high tech" raffinato, che incarna meglio di qualsiasi altro gli ideali di purezza, pulizia, leggerezza, duttilità, trasparenza. Interamente costituito da sostanze naturali, riciclabile al 100 per cento, il vetro si sposa perfettamente con la nuova attenzione che da ogni parte si rivolge alla sostenibilità». Una filosofia che Karis abbraccia con convinzione: gli scarti delle lavorazioni sono interamente inviati ai consorzi qualificati per la raccolta del vetro, che viene così reintrodotta nella filiera produttiva. Pronto per una nuova vita.

«Qui in Karis pensiamo che la qualità debba es-

sistere oltre che la grande professionalità. A un'ottima materia prima, si aggiungono poi la manualità e l'esperienza di chi da anni lavora il vetro. In questo risiede la vera differenza, ed è proprio questa la forza di Karis».

Ogni lastra viene sottoposta alla tempra, alla stratificazione o entrambi i procedimenti insieme. Produrre in Italia, raggiungere il mondo: la spinta al mercato internazionale è sempre stata per la famiglia Da Ros una sfida ricca di stimoli; è l'orgoglio di esportare e far conoscere un prodotto profondamente intriso di know-how italiano.

«Negli anni, il nostro mercato di riferimento è cresciuto fino a raggiungere gran parte dei Paesi europei e non solo. Abbiamo creato divisori di classe, rigorosamente in vetro, per gli ambienti più diversi: resort alle Maldive, ristoranti di famose compagnie di crociere, alcuni degli yacht più belli al mondo, la zona partenze internazionali dell'aeroporto Marco Polo di Venezia... Ma soprattutto siamo presenti in tante case in giro per il mondo».

• **Cristiana Golfarelli**

Karis ha sede a Vittorio Veneto (Tv)

www.karis-srl.com



PORTE SCORREVOLI IN VETRO

Le porte in vetro Karis nascono da una continua ricerca di soluzioni innovative e di design. Nella vasta gamma sono presenti porte scorrevoli, ante a battente e ante con telaio, per interni ed esterni, complete di accessori di prima qualità. Le porte scorrevoli in vetro sono la soluzione ideale quando lo spazio è poco e non si vuole rinunciare a un ambiente luminoso, costruito su misura. La porta scorre eliminando gli ingombri e creando spazi dinamici: si fa da parte quando è aperta, lascia filtrare la luce quando è chiusa. La porta scorrevole in vetro interno muro è a scomparsa e può essere scelta nelle varianti con o senza stipe. La porta scorrevole in vetro esterno muro, invece, offre l'importante vantaggio di non dover intervenire sulla parete. In tutte le proposte, la costante è rappresentata dalla ricerca di un gusto raffinato, adatto sia per interni che per esterni di classe.



PROGETTIAMO EMOZIONI CHIAVI IN MANO

Con radici saldamente ancorate nelle terre dell'Alto Adige, Zitturi porta avanti l'eccellenza nel settore del design di interni e della falegnameria artigianale. Ci impegniamo a realizzare un design d'interni di alto livello che definisca gli standard di domani. Con la passione per la qualità, fondiamo insieme artigianato, conoscenza dei materiali e precisa attenzione ai dettagli per costruire spazi accattivanti. Siamo un'azienda con venti dipendenti specializzati. Dal 1986, in seconda generazione, siamo l'interlocutore per gli arredi custom e lavoriamo sul territorio sia nazionale che internazionale. Il cuore dell'attività è il lavoro con il legno ma utilizziamo anche materiali come la pietra naturale, il metallo e il vetro, in modo da non dover scendere a compromessi in termini di design. Il nostro prodotto principale è il contract per la clientela privata, la consulenza e l'accompagnamento nei singoli passi della realizzazione fino alla conclusione con l'oggettistica.

zitturi

THE MANUFACTURER OF UNIQUE INTERIORS

Dal 3d alla realizzazione completa, lavoriamo e produciamo come se lo facessimo per casa nostra, con lo stesso amore e la stessa cura. Produciamo su misura, su disegno nostro, su idea dell'architetto o su visione del committente. Ci affianchiamo ai nostri clienti per i capitolati e i progetti esecutivi e illuminotecnici. Dopo il progetto, a seconda del lavoro stabilito, lavoriamo con un mix di fresatura cnc e tecniche tradizionali. Per noi è molto importante che ogni mobile sia assemblato da noi. Inoltre, abbiamo sviluppato la nostra organizzazione in modo da lavorare presso la residenza stessa del cliente. L'obiettivo finale di tutto ciò non si limita all'apprezzamento del design, dell'unicità e dell'accoglienza dei nostri prodotti finali da parte del cliente: deve soprattutto potersi sentire a proprio agio. Nata da una falegnameria tradizionale, Zitturi e i suoi dipendenti coprono oggi un'ampia gamma di servizi di interior design, dalla progettazione e produzione all'installazione. La maggior parte dei clienti dell'azienda sono privati. Tuttavia, Zitturi ha esperienza anche nell'allestimento di banche, bar e piccoli alberghi. Siamo il partner giusto quando il cliente vuole qualcosa di insolito, sia in termini di tecnologia che di finitura superficiale.



Zitturi
Via Gisse 55
39030 S. Giovanni – Valle Aurina (Bz)
Tel. 0474-671417
info@zitturi.com - www.zitturi.com

Trasparenze resistenti

Il vetro è molto usato nell'arredamento per i suoi molteplici vantaggi legati soprattutto al risparmio energetico e alla veicolazione di luce e calore all'interno delle abitazioni. Di grande eleganza, si presta alle forme più disparate, garantendo sicurezza e durata. Il punto di Marco Gorbini

Tutto ciò che la fantasia può concepire, la Vetreteria Gorbini lo realizza. È questa la principale caratteristica che contraddistingue la società sul mercato. L'azienda nasce nel 1950 a Corridonia, in provincia di Macerata, nelle Marche. Attualmente la società è giunta alla terza generazione, indice di una vitalità e di una passione che ha consentito una continua evoluzione: «Il nostro principale obiettivo è quello di soddisfare i desideri dei clienti, in particolare alle ditte che a noi si rivolgono per la realizzazione di negozi - spiega Marco Gorbini, responsabile aziendale -. Tali attività le svolgiamo prevalentemente grazie a ditte private che seguono la progettazione ma ci rivolgiamo anche al pubblico: ad esempio, eseguiamo opere per conto di Comuni e, in genere, collaboriamo con tutti i professionisti: dagli arredatori agli architetti». La società vanta una lunga tradizione familiare: «Viene portata avanti da tre generazioni con una passione e una dedizione che l'hanno spinta fin dal suo esordio nel mercato ad essere una delle aziende più innovative e dinamiche del panorama marchigiano cercando sempre tecnologie all'avanguardia per soddisfare le esigenze di architetti, serramentisti, mobiliari, operatori del comparto edile e, soprattutto, una clientela privata che cerca sempre idee personalizzate per le proprie esigenze. Grazie alla ricerca costante di qualità e alla professionalità dei propri collaboratori, ci siamo

Vetreteria Gorbini ha sede a Corridonia (Mc)
www.vetrieriagorbini.it



REALIZZIAMO SCALE, RINGHIERE, TAVOLI, PORTE, PARETI; DIAMO A FORMA A TUTTO CIÒ CHE LA FANTASIA PUÒ IMMAGINARE, ANCHE LE SOLUZIONI PIÙ STRANE E IMPENSABILI

affermati oggi come partner affidabili per creare e valorizzare qualsiasi progetto d'arredo, componenti architettoniche, creazioni di design nelle quali il vetro è protagonista. Credo che la caratteristica che ci contraddistingue sul mercato - precisa ancora il responsabile aziendale - sia la rapidità di esecuzione dei lavori. Siamo infatti dotati di magazzini molto ampi che ci consentono di disporre di materiali vetrosi in diverse tipologie: dal vetro colorato al vetro per realizzare box doccia. Tutte le lavorazioni vengono eseguite internamente e grazie a

questa peculiarità siamo molto veloci nelle fasi di realizzazione dell'opera».

La Vetreteria Gorbini mira a soddisfare le richieste dei propri clienti e partner puntando sulla velocità di realizzazione e sulla personalizzazione della propria gamma di prodotti in vetro, grazie a collaboratori specializzati nel settore, tecniche e tecnologie dalle più antiche alle più moderne, a volte mischiate per sperimentare nuovi sistemi completamente unici, volti a soddisfare le esigenze sempre più sofisticate e innovative del mercato. «Noi eseguiamo internamente l'argentatura, una tecnica che in pochi realizzano, produciamo box doccia completamente in vetro, senza applicazione di telai e senza profili. Realizziamo scale, ringhiere, tavoli, porte, pareti; insomma tutto ciò che ci viene richiesto e che è possi-

bile eseguire. In poche parole, diamo a forma a tutto ciò che la fantasia può immaginare, anche le soluzioni più particolari e impensabili. Ci definiamo un'azienda innovativa perché non realizziamo vetri per infissi: l'innovazione risiede proprio qui. Utilizziamo, ad esempio, il vetro anticalcare che è un vetro applicato appositamente nelle cabine doccia per far sì che, anche dopo dieci anni di uso continuo, rimangano alti standard qualitativi. Inoltre, siamo molto propensi alla collaborazione, quindi cerchiamo di esaudire ogni genere di richiesta come ad esempio i vetri termici». Vetreteria Gorbini mira sempre a soddisfare il cliente personalizzando i lavori che le vengono richiesti: dai più piccoli ai più grandi. Ciò è possibile perché ogni cliente ha la possibilità di scegliere tra centinaia di disegni e immagini, oltre ad avere la possibilità di portare disegni propri e decori da implementare. «Siamo in grado di soddisfare gran parte delle richieste, anche le più difficili, grazie alla tecnologia di cui disponiamo, sempre all'avanguardia, e ai nostri collaboratori, tutti molto esperti e dotati di grande dedizione. Nello specifico, siamo in grado di soddisfare le richieste che vanno dall'arredo come porte, tavoli, balaustre, scale. Tutto viene realizzato con grande serietà e grazie a un sistema che ci consente di portare avanti il progetto autonomamente. Siamo noi stessi a eseguire le misure sul posto e, infine, a installare tutto in piena sicurezza e grazie a una lunga esperienza di anni di lavoro in questo settore. A lavorazioni più piccole e prettamente decorative come oggettistica, targhe e lapidi completamente personalizzate eseguite da grafici esperti, affianchiamo lavorazioni molto più complesse quali vetrate per le chiese attraverso la tecnica dei rilegati. I vetri vengono legati a piombo e saldati a mano. Realizziamo, infine, i vetri curvi e stratificati».

• Luana Costa

I VANTAGGI IN CASA

Il vetro è un materiale utilizzato in molti settori e sin dall'antichità è stato sempre molto apprezzato per via delle sue molteplici caratteristiche. L'uso del vetro all'interno delle abitazioni comporta numerosi vantaggi: la non dispersione del calore tra un piano e un altro e tra un ambiente e un altro. Inoltre, la possibilità di non schermare gli ambienti. Ad esempio, costruire un muro interno non favorisce la diffusione della luce. Il vetro, al contrario, favorisce la diffusione della luce e del calore che in qualsiasi abitazione sono fondamentali.





NON C'È LIMITE ALLA FANTASIA



gorbini

Corridonia

Da tre generazioni Vetreria Gorbini manda avanti con passione la sua arte del vetro, rappresentando una delle aziende più innovative e dinamiche del panorama marchigiano. Ricerca sempre tecnologie all'avanguardia per soddisfare le esigenze di architetti, serramentisti, mobiliari, operatori del comparto edile e soprattutto una clientela privata che cerca idee personalizzate per le proprie esigenze. L'azienda esegue ad esempio stampe, vetrofusione, sabbiatura, incisione, arte sacra. Esegue anche procedimenti meccanici mediante i quali, attraverso l'abrasione dovuta ad un getto di sabbia e aria, crea sul vetro disegni personalizzati dettati da grande fantasia. Grazie alla ricerca costante di qualità e alla professionalità dei propri collaboratori, la Vetreria Gorbini oggi è un partner affidabile per creare e valorizzare: progetti d'arredo, componenti architettoniche, soluzioni di design nelle quali il vetro è protagonista.

Vetreria Gorbini Srl

Via dell'Industria, 215 - 62014 Corridonia (MC)

Tel. +39 0733 292345 - Fax +39 0733 283533

info@vetreriagorbini.it

www.vetreriagorbini.it

L'eredità italiana nell'arredamento contemporaneo

Nel panorama dell'arredamento di lusso made in Italy, Real Piel vanta un sublime mix di tradizione artigianale, design innovativo e materiali pregiati. I suoi prodotti non sono solo oggetti d'arredo, ma vere e proprie opere d'arte che impreziosiscono gli spazi e danno raffinatezza a qualsiasi ambiente

La lavorazione delle pelli, nel Veneto e nel Nord Italia, ha origini molto lontane, ed è qui che la storia della pelletteria italiana ha uno dei suoi principali cuori pulsanti. Il settore era già vivace fin dall'epoca medievale e oggi è forte di una lunga esperienza che si è radicata in questo territorio, senza mai disdegnare la possibilità di guardare con crescente attenzione e interesse alle novità del settore. Real Piel ha riconosciuto sin dagli esordi il valore e il potenziale del miglior pellame italiano, frutto della tradizione conciaria Veneziana, selezionando le varietà più belle e proponendole in tutto il mondo negli ambiti dell'arredamento stilistico, compresi i grandi progetti contract. Nata a Bassano del Grappa, in Veneto, nel cuore pulsante di una regione ricca di arte, storia e cultura, dall'intuito e dalla passione di Katia Beghetto che tutt'oggi la dirige insieme al figlio Massimo, Real Piel dal 2005 realizza, edita a proprio marchio e distribuisce all'ingrosso pregiati materiali da rivestimento per la tappezzeria di poltrone, divani, letti e sedie da ufficio.

Quando è nata l'azienda e come si è sviluppata nel tempo?

«La nascita di Real Piel è stata un processo entusiasmante, dinamico e in continua evoluzione. Da subito la visione di esportare, far conoscere

Katia Beghetto, alla guida della Real Piel di San Zenone degli Ezzelini, Ca'Rainati (Tv)
www.realpiel.it



e utilizzare materiali di eccellenza come il pellame per arredamento e di creare poi con questo meraviglioso materiale sedute artigiane di alta qualità ci ha guidati nell'affrontare con impegno, perseveranza e adattabilità le sfide che si sono presentate e che si presentano tutt'oggi lungo il nostro percorso. La passione per quello che si fa è l'elemento chiave, sicuramente. L'obiettivo è quello di crescere e di svilupparsi nel tempo con l'espansione del mercato, l'introduzione di nuovi prodotti e servizi, l'acquisizione di nuovi clienti e la creazione di partnership strategiche, oggi fondamentali».

Qual è la vostra mission?

«La nostra mission è creare arredi artigianali di alta qualità che uniscano design innovativo, estetica raffinata e artigianato tradizionale. Ci impegniamo a realizzare, oltre agli articoli in collezione, pezzi unici e su misura che riflettano la personalità e lo stile dei nostri clienti, trasformando gli ambienti in spazi accoglienti e funzionali. Attraverso la cura dei dettagli, l'uso di materiali pregiati, l'attenzione alla sostenibilità, vogliamo contribuire a creare un ambiente più bello. Siamo guidati dalla passione per l'arte dell'arredamento e della soddisfazione dei nostri clienti, offrendo loro un servizio personalizzato».

Nei confronti della sostenibilità qual è il vostro impegno?

«Crediamo che la sostenibilità di un prodotto sia

die aziende artigiane a chilometro zero che ci permette un controllo attento e che limita le emissioni di CO2 dovute alla logistica».

Su quali aspetti puntate maggiormente nella vostra attività?

«La squadra che ogni giorno si dedica con passione al lavoro è la nostra forza. Siamo persone motivate, agili, che affrontano i cambiamenti con coraggio e determinazione. Creatività, ergonomia, inclusione e sostenibilità sono alla base della filosofia aziendale. Il territorio ci è favorevole, il Veneto è una terra dove il lavoro è sempre stato alla base di tutto e dove ancora ci sono artigiani che sono maestri in ciò che fanno. L'immaginazione e la creatività, l'attitudine al bello, le radici che affondano in una cultura millenaria: siamo orgogliosi di diffondere e far conoscere l'arte dell'artigianato e di contribuire alla valorizzazione del made in Italy nel settore dell'arredamento. La nostra azienda non solo segue le tendenze, ma le definisce, consolidando la sua posizione come leader nel mondo dell'arredamento di lusso, unico e realizzato su misura per le nuove esigenze stilistiche del cliente. Con collezioni decisamente creative, i mobili Real Piel sono fuori dall'ordinario. Il marchio si impegna a creare pezzi sostenibili, che si integreranno armoniosamente in ogni casa e potranno essere trasmessi alle generazioni future. Per questo, Real Piel controlla l'intera catena di produzione producendo tutti i suoi prodotti in Italia e garantendo la tracciabilità di ogni componente. La capacità di combinare oggetti belli, funzionali e personalizzabili è innegabilmente uno dei punti di forza del marchio, a cui si prevede un futuro luminoso». • **Cristiana Golfarelli**

LA POLTRONA OHR

Prestando attenzione a ogni dettaglio, Real Piel crea sedili, divani, sgabelli e panchine uniche, la cui imbottitura in vera pelle o tessuto può essere personalizzata su ordinazione. «Crediamo che ogni casa meriti un tocco di lusso italiano - afferma Katia Beghetto - . Abbiamo tra le nostre creazioni una poltrona che è già diventata un'icona di stile per design e materiali. OHR, poltroncina lounge rivestita in pelle con schienale in legno curvato: è una poltrona d'eccezione per impatto estetico, versatilità d'uso e possibilità di personalizzazione, riserva in ogni caso in ogni caso la nobiltà del materiale».

Valorizzare l'antico, trasmetterlo nel nuovo

Entriamo in un'antica falegnameria fiorentina, dove Armanda Pinzani ci guida fra caratteristiche, valori e prospettive di quest'arte storica e al tempo stesso carica di innovazione. «Ogni pezzo che passa tra le nostre mani è un enigma da risolvere»

Conoscere il legno significa avventurarsi fra i suoi segreti e accettare le sue sfide. Non è certo solo una questione di tradizione, quindi. Ma senza dubbio un'attività che vanta diverse generazioni di falegnami, garantisce un know how prezioso e, al tempo stesso, impone la responsabilità storica di guardare al futuro. È il caso della fiorentina Rangoni Basilio Srl, che da più di un secolo custodisce il proprio tesoro di esperienza e continua la sua opera di innovazione. «Ogni pezzo che passa tra le nostre mani è un enigma da risolvere – dice Armanda Pinzani, contitolare dell'azienda –, una storia da preservare o da scrivere. Il nostro team di esperti artigiani è attento alle esigenze dei clienti, pronti a offrire soluzioni su misura. La loro soddisfazione è la nostra motivazione: ci impegniamo a dare il meglio per onorare la fiducia che ci viene concessa. Nata nel 1889, la nostra falegnameria è custode di un'arte antica, dove passione e maestria si uniscono per risolvere i problemi dei nostri clienti». Dunque, parliamo di un'impresa familiare di falegnameria, ormai storica. «Il nostro mestiere di falegname, stipettaio, ebanista – prosegue Pinzani – si è tramandato dalla Firenze di fine Ottocento fino ad oggi, in modo artigianale, intervenendo su

palazzi storici e chiese della città e dei suoi dintorni. Ci riconosciamo nella frase “appreciating the old, incorporating the new”, che rappresenta quello che facciamo ancora oggi, restaurando e conservando manufatti antichi e ricostruendo portoni nuovi, con le stesse caratteristiche e modanature, per mantenere il gusto dello stile fiorentino; ma nel contempo introduciamo modifiche e innovazioni per adeguarli alle esigenze della clientela. Una delle nostre specializzazioni riguarda i portoni d'ingresso, ognuno dei quali narra una storia a sé, cosicché i portoni in legno massello da noi realizzati sono come custodi di racconti antichi e moderni. Nel cuore di Firenze, la nostra falegnameria si dedica alla creazione di questi manufatti che sono più di un semplice passaggio: sono un simbolo di benvenuto, di stile che dura nel tempo. Abbiamo il privilegio di trasformare il legno massello in porte che non sono soltanto elementi strutturali, ma veri e propri pezzi d'arte, che uniscono eleganza e funzionalità. L'antica sapienza si fonde con design contemporanei per realizzare progetti unici, che riflettono la personalità e valorizzano l'abitazione dei nostri committenti. Sempre riguardo a questo ramo della nostra attività, siamo orgogliosi di rispettare e celebrare il patrimonio storico attraverso la riproduzione fedele di portoni



Rangoni Basilio ha sede a Firenze
www.rangonibasilio.it

antichi. La nostra artigianalità si esprime nella capacità di riportare all'antico splendore manufatti del passato, preservando la storia e arricchendo il presente». Discorso simile si può fare per l'arredo offerto dalla falegnameria fiorentina. «Creiamo mobili unici e personalizzati che rispecchiano i desideri dei clienti – spiega Pinzani –. Utilizziamo solo materiali di alta qualità e lavoriamo a stretto contatto con il committente per garantire che ogni dettaglio sia perfetto. Con i nostri mobili, si trasforma l'ambiente in uno spazio funzionale ed esteticamente sorprendente». Pinzani, poi, passa a indicare alcuni degli aspetti essenziali del lavoro. «Uno di questi riguarda la scelta accurata del legno,

proveniente da foreste gestite in modo sostenibile: è il nostro impegno verso la qualità e l'ambiente. Crediamo che la durabilità di un portone inizi dalla resistenza e bellezza naturale dei materiali che utilizziamo. Un altro elemento importante è il design personalizzato, mentre il dialogo con i nostri clienti rappresenta la chiave di volta del nostro processo creativo; pertanto ci impegniamo a far coincidere le visioni e le esigenze della clientela per creare un portone d'ingresso o un elemento d'arredo che si integrino armoniosamente con l'architettura della casa, rendendo ogni lavoro un pezzo unico. La nostra, inoltre, si può dire un'artigianalità senza tempo. La produzione in laboratorio celebra le tecniche tradizionali artigianali. Incisioni, finiture e dettagli decorativi sono il frutto della cura e precisione che caratterizzano il nostro lavoro, assicurando risultati di eccellente qualità. Ma la nostra missione non termina con la costruzione. Offriamo infatti un servizio completo che comprende l'installazione professionale, assicurando sicurezza e funzionalità impeccabili». Infine, va considerata la partnership per la conservazione. «La nostra collaborazione con istituzioni e privati riflette il nostro impegno nella conservazione del patrimonio culturale. Siamo fieri di contribuire alla bellezza e integrità degli edifici storici, garantendo la loro funzionalità e sicurezza per le future generazioni». • Remo Monreale



UN'ARTE PATRIMONIO DELL'UMANITÀ

«Lavoro in questa ditta dal 1980 da quando l'impresa è stata trasformata in una società tutta al femminile (mamma e figlie), in un contesto lavorativo tipicamente maschile – dice Armanda Pinzani, contitolare della fiorentina Rangoni Basilio Srl –. Come si dice ci siamo “rimboccate le maniche”, lasciando tutte le nostre precedenti attività e suddividendoci i compiti, studiando e imparando con l'affiancamento delle persone più esperte che erano in ditta. La situazione in cui ci siamo trovate, al momento del decesso improvviso di nostro padre, è stata quella di un'attività avviata e un discreto numero di operai con famiglia, per continuare l'attività e presentarci come impresa affidabile e competente. E una clientela storica che ha continuato ad affidarci il lavoro. Così abbiamo proseguito in quella vera e propria arte che è la falegnameria e che è radicata nella storia stessa dell'umanità».

Il giardino dove fioriscono emozioni

Abbiamo incontrato Silvia Ghirelli, paesaggista, che da oltre trent'anni si occupa di progettazione di parchi, giardini, verde urbano e di architettura del paesaggio in Italia e all'estero, coniugando questa passione ad esperienze di sceneggiature cinematografiche e fotografia

Il giardino, una sfumatura incantevole della nostra casa, è un rifugio di tranquillità e bellezza, un luogo in cui natura e design si intrecciano armoniosamente. Per creare uno spazio verde unico e personalizzato è però necessario affidarsi a chi lo fa di mestiere. Progettare giardini è molto più di una semplice attività professionale: per Silvia Ghirelli è infatti un modo di esprimere la creatività e di dar vita a luoghi dove natura e design si fondono in armonia.

Silvia Ghirelli ha iniziato a realizzare giardini intorno agli anni 90. Ha frequentato diversi corsi di specializzazione e stage in Italia e all'estero, con la possibilità di confrontarsi con alcuni tra i più importanti maestri di paesaggio degli ultimi decenni. È socio ordinario Aiapp/Ifla ed è ospite di frequente nelle più importanti rassegne di giardini, dove ha ricevuto prestigiosi riconoscimenti e premi. I suoi lavori sono stati pubblicati su importanti riviste del settore (VilleGiardini, Gardenia, Giardino antico, Ville e casali, Architettura del paesaggio, Pajstage).

Come è nata la sua passione per i giardini?

«Mia madre mi raccontava che già a quattro anni rientravo a casa con le tasche piene di semi e piccoli mazzetti di fiori di campo tra le mani. Non so dire con precisione quando è nata in me la passione per la natura e per i giardini. Forse è sempre stata lì assopita, al suo posto, dentro di me. Un segno,

Silvia Ghirelli, titolare dell'omonimo studio che ha sede a Albinea (RE) - www.studiosilviaghirelli.it



un'impronta c'è: sono nata in un piccolo borgo in provincia di Reggio Emilia che si chiama Broletto (piccolo brolo... che vuol dire ghirlanda di fiori o ortogiardino. Il mio nome poi, Silvia, significa figlia del bosco. Ho cambiato casa tante volte, vivendo luoghi molto diversi tra loro, ma accomunati da bellissimi nomi di piante: via dei Glicini, i Boschi di Selva-piana, il Borgo dei ciliegi... E ora amo stare seduta sui gradini della mia nuova casa a Pietrasanta, immersa tra ulivi, arance e limoni, in un piccolo grumo di case che si chiama "Il giardino". Un filo di gioco e di ironia mi conduce in questo racconto su me stessa perché non mi va di prendermi troppo sul serio, ma la realtà è che non ho mai perso il sentiero di questa profonda passione, e raccontarmi ora per un'occasione di vita e di professione così importante mi fa capire con quanta profondità io abbia tracciato questo solco e quanto impegno ho dedicato alla realizzazione di un sogno infinito: lavorare con le piante, un mondo che non potrà mai appartenermi completamente e che richiede uno studio continuo con la consapevolezza che non sarà mai totalmente tuo...e così il sogno non potrà finire mai».

Come deve essere il giardino perfetto?

«Ogni giardino deve essere diverso e appartenere

a chi lo vive. La mia massima aspirazione è fare un giardino con le parole di chi vive quel luogo, raccontarlo attraverso la magia delle piante. Realizzo giardini su misura, molto diversi l'uno dall'altro perché rappresentano l'anima di chi li vive. A volte romantici, a volte minimalisti, altre pieni di colori o monocromi. Cerco l'armonia e il rispetto del luogo».

C'è qualche elemento che si ripete nelle richieste dei suoi committenti?

«Oggi l'aspetto più richiesto è la facilità nella manutenzione e gestione del giardino, che, sottolineo, non è un aspetto in contraddizione con la bellez-

za. Basta applicare alcune semplici regole, ricordando sempre che questo è un lavoro fatto di fatica, conoscenza ma anche di creatività e fantasia. Lavorando per cinque anni nel pubblico, ho imparato molti trucchi per disegnare aree verdi semplificandone la gestione. Trucchi che poi oggi applico nei giardini privati. Bellezza, armonia, attenzione verso le risorse naturali sono gli ingredienti che mettono nelle mie realizzazioni».

Nei confronti della sostenibilità come si esprime il suo impegno?

«Sono sempre molto attenta a creare giardini che non abbiano molte esigenze dal punto di vista della risorsa acqua. Lavoro infatti soprattutto in area mediterranea, dal sud della Francia fino a Grosseto e propongo il giardino secco, caratterizzato da piante piene di profumi, sfumature di verdi straordinarie come gli elicrisi, mirti, rosmarini, artemisie. Sono giardini che oltre a non aver bisogno di acqua, sono pieni di suggestioni sensoriali».

Di cosa si sta occupando in questo periodo?

«Sto seguendo tanti giardini molto diversi tra di loro. Tra cui un giardino medievale dentro le mura di Malmantile, vicino a Firenze, con tutte le magiche simbologie di cui è ricco. È un dono che un americano fa alla moglie per l'anniversario di matrimonio».

Quali sono i giardini a cui è più legata?

«Ho un bellissimo ricordo del restauro del roseto storico di Villa Cimbrone a Ravello, dove ho avuto l'opportunità di lavorare con uno dei più famosi esperti di rose in Italia, Walter Branchi, che è anche un musicologo. È uno dei luoghi più prestigiosi al mondo. A Villa Feltrinelli sul Lago di Garda abbiamo creato delle zone piene di profumi incredibili, usando una pianta che si chiama *Olea fragrans*, che accoglie gli ospiti con un profumo inebriante». • **CG**



LO STUDIO SILVIA GHIRELLI

Studio Silvia Ghirelli si occupa di progettazione paesaggistica con un'esperienza consolidata nel settore. Fondata nel 1990, l'azienda si è specializzata nella creazione di spazi verdi ornamentali e nella progettazione di paesaggi, lavorando sia in ambito privato che in quello pubblico. L'area di competenza dello Studio Silvia Ghirelli comprende la progettazione di giardini, parchi, spazi pubblici e privati, terrazze, cortili e altre aree verdi.

La sua filosofia di progettazione si basa sulla combinazione armoniosa tra elementi naturali e architettonici, creando ambienti che riflettono sia la bellezza della natura che le esigenze funzionali degli spazi. Con sede ad Albinea di Reggio Emilia, nella prestigiosa Villa Arnò, lo studio si avvale di un team qualificato di architetti e paesaggisti, ha acquisito una solida reputazione grazie alle sue progettazioni innovative e all'attenzione ai dettagli.

Qualità delle finiture e cura dei dettagli

CFN Verniciatura si occupa della finitura di componenti e complementi di arredo moderni e di design, proponendosi come partner per realtà, artigiane e industriali, che cerchino un prodotto di fascia alta, curato nei dettagli e personalizzato. L'esperienza di Martino e Nicola Fullin

Oggi l'artigiano non è più solo "colui che lavora a mano e produce un pezzo unico". La commistione tra industria e artigianato permette infatti di avere, nel campo delle finiture, la possibilità di scegliere materiali e superfici estremamente performanti da un punto di vista tecnico ma anche di grandissima qualità estetica. Nel mondo della finitura ci sono piccole e grandi aziende, ognuna con le sue peculiarità e punti di forza, CFN Verniciatura si occupa della finitura di componenti e complementi di arredo e rientra nelle realtà che puntano sul saper fare artigiano. «Il nostro obiettivo è fare la differenza per i nostri clienti» affermano i titolari.

Quando nasce la vostra azienda e come si sviluppa nel tempo?

«CFN Verniciatura nasce nel 1981 a Tambre, in provincia di Belluno, come carrozzeria, fondata da Nello Fullin che, da operaio metalmeccanico, decide di fare della sua passione un lavoro. Negli anni si accumulano esperienze e nuove prospettive di sviluppo tra cui la verniciatura conto terzi di arredamenti su misura per gallerie e attività commerciali. La continua voglia di migliorarsi e di innovarsi porta a crescere e diventare un riferimento nel mercato del perso-

CFN Verniciatura ha sede a Alpago (BL)
www.cfnfinishing.com



nalizzato e del lusso, arrivando ad oggi ad essere partner di primarie aziende nel settore per yacht e arredi personalizzati».

Qual è il core business?

«La tipologia dei nostri clienti è varia: dalla falegnameria artigiana che realizza arredi su misura per case private, al mobilificio o contractor, dall'arredo per yacht e navi da crociera all'industria del mobile. Collaboriamo con aziende che producono complementi di arredo di design, per le quali curiamo anche le lavorazioni di assemblaggio e di imballo finale. L'evoluzione delle richieste dei designer ci ha portato a specializzarci sulle finiture ad alto valore aggiunto, che rendono unici e personalizzati i manufatti realizzati, la laccatura lucida è da sempre il nostro prodotto di punta, sia trasparente che laccata, su superfici piane (antine, porte per interni, rivestimenti) e curve, con successiva lucidatura a specchio. Realizziamo finiture anche su materiali diversi dal legno, come metallo, alluminio, plastica e vetro, tutto nell'ottica di dare un servizio completo al cliente».

qualitativi ai nostri clienti. Puntiamo molto sul rapporto di collaborazione che si deve instaurare tra cliente, committente e azienda che si occupa della finitura superficiale dei manufatti. Lo scambio reciproco permette di ottenere risultati positivi sia in termini di qualità estetica che di performance tecniche, ottenendo allo stesso tempo un reale vantaggio nel valore del manufatto finito. Per noi questo rapporto è sempre stato alla base di ogni collaborazione, dai piccoli progetti custom ai progetti più seriali. Puntiamo molto sul servizio di fornitura di componenti finiti su misura e specifiche del cliente, realizzando quindi i pezzi che servono quando servono, eliminando magazzino di semilavorati e logiche delle misure standard».

Qual è il vostro servizio di punta?

«Per dare un servizio completo ai clienti che vanno da aziende industriali a quelle artigiane, abbiamo avviato un servizio di produzione di antine e componentistica per l'arredo realizzata su misura e specifiche del cliente, in tal modo possiamo fornire i pezzi finiti pronti da installare, un vantaggio per il cliente sia in termini gestionali che di costi. Il servizio di produzione di antine ed elementi per l'arredo finiti è realizzato anche in piccoli lotti adatti alle richieste delle aziende artigiane e delle industrie del mobile che hanno necessità di tirature limitate. I componenti sono personalizzati in base alle richieste del cliente e per quanto riguarda le finiture abbiamo una gamma di effetti che coprono le tendenze attuali della moda».

Quali sono le ultime novità più interessanti?

«La ricerca continua di nuove proposte che possano valorizzare i manufatti dei nostri clienti ci ha portato a produrre, e quindi proporre agli arredatori, un'impiallacciatura di Faggio Spalted, che deriva da un processo naturale di innesto di un fungo, all'interno del tronco dell'albero dopo il suo taglio, che sviluppandosi crea delle striature colorate, dal rosso bruno al nero nella venatura del legno, creando delle venature a contrasto sempre diverse tra loro. Questo prodotto è frutto del recupero del Faggio del Cansiglio caduto a causa della tempesta Vaia in collaborazione con imprese agro-forestali e segherie della nostra conca dell'Alpago. La proposta del rivestimento in Faggio Spalted è una novità che da nostre indagini sul web risulta un unicum a livello nazionale, quindi da promuovere come prodotto di nicchia. Le quantità sono limitate e quindi destinate ad un pubblico ristretto. Il Faggio Spalted viene spesso usato per realizzare strumenti musicali». • CG

Quali sono i vostri punti di forza?

«Il nostro obiettivo è instaurare un rapporto di reciproca collaborazione con il cliente, in modo da ottimizzare le lavorazioni e ottenere così il massimo della resa estetica e tecnica del prodotto, per questo motivo proponiamo anche il servizio di realizzazione di componenti di arredo su disegno e specifiche del cliente. Lavorando a contatto con progettisti e designer abbiamo costruito un bagaglio tecnico che ci permette di assecondare le richieste, anche particolari, di finiture estetiche moderne che più si adattano alle mode del momento. Tutte le lavorazioni avvengono all'interno del nostro stabilimento, con attrezzature moderne, per garantire la costanza degli standard

LE PRINCIPALI LAVORAZIONI

La lavorazione di punta della CFN Verniciatura è la finitura lucida a specchio, sia laccato che trasparente su essenze legnose, su superfici piane e curve con successiva lucidatura meccanica. Realizziamo laccature e verniciature opache sia su MDF che su essenze legnose proponendo finiture ad effetto speciale che vanno incontro alle tendenze attuali dell'arredo, disponiamo di un campionario ordinabile tramite il nostro sito web. Flessibilità, esperienza e cura della qualità permettono all'azienda di soddisfare pienamente tutte le richieste.

Spazi che nutrono l'anima

Con Andrea Battistin e l'architetto Chiara Bettiol di Casa Evolution alla scoperta del nuovo concept d'arredo che mette insieme studio di progettazione e arredamento d'interni per fornire soluzioni ad alto profilo di personalizzazione ma anche più vicine ai tempi e ai costi desiderati dai clienti

Dall'iper specializzazione alla semplicità dell'interlocutore unico: anche il mondo dell'arredamento d'interni e di esterni sta ritornando sui suoi passi. Dopo decenni di iper settorializzazione, in cui ogni stanza o ogni ambito della casa veniva delegato a un professionista diverso, sta riscoprendo i vantaggi della visione d'insieme e dell'interlocutore unico, a tutto beneficio del cliente finale. Una soluzione che assicura un maggiore controllo dei tempi e dei costi, ma che riduce anche ridondanze e tempi morti, in un'epoca in cui il tempo, data la sua mancanza, è il bene più prezioso.

Su questa convinzione è nata a Treviso Casa Evolution, dalla passione della fondatrice, l'architetto Chiara Bettiol, per l'interior design e da un sogno coltivato insieme al marito Andrea Battistin: dare vita ad un luogo dedicato interamente all'ispirazione e alla progettazione d'interni, dove immaginare gli spazi e vederli evolvere assieme alle persone. Da semplice showroom si evolve rapidamente negli anni in concept d'arredo, superando il classico modo di concepire l'arredamento d'interni e diventando un partner di eccellenza nella consulenza interior, dal progetto alla sua realizzazione.

Casa Evolution ha sede a Casale sul Sile (Tv)
www.casaevolution.it



«Siamo in grado di progettare, ristrutturare o arredare uno spazio partendo da zero – spiegano i due fondatori di Casa Evolution – oppure di rivedere gli interni, la divisione degli spazi o, semplicemente, di rinfrescare lo stile e l'arredo. Questa attitudine ci permette di soddisfare la nostra clientela, offrendo un servizio molto elevato e tenendo sempre conto del budget del cliente. Ci occupiamo di interior design ma non come il classico negozio: usiamo una filosofia più di progetto che di prodotto, una qualsiasi scelta non è mai statica o finalizzata e a sé stante, e così che è nato il connubio tra design e artigianalità. Partiamo sempre dal presupposto che un prodotto vada contestualizzato nell'ambiente in cui sarà inserito, in una modalità completa: i nostri prodotti non svolgono la mera funzione di riempire una casa, ma la arredano. Servizio, progettazione, arredo e ricerca sono le parole che intrecciano tutta la struttura aziendale, permettendo al cliente di trovare in un unico luogo tutto ciò che è legato alla casa, dal singolo mobile al grande progetto, fidelizzando il cliente al concetto di risparmio di tempo, energia e denaro, che sono i beni sempre più preziosi per ognuno di noi».

Dall'incontro preliminare, per conoscere e comprendere a fondo le necessità dell'in-

terlocutore e il suo budget, all'ascolto nel tempo, fino alla costruzione del progetto, per finire con rendering fotografici in alta definizione: sono i passi attraverso cui gli esperti di Casa Evolution si avvicinano al committente per fargli toccare con mano gli spazi, i volumi, le finiture, così da non lasciare niente al caso. In questo percorso ha un ruolo fondamentale lo showroom dell'azienda, concepito e realizzato per offrire ai visitatori una full immersion sull'arredamento, attraverso un allestimento

di design interattivo che accoglie tutte le ultime novità del mercato, con una spiccata propensione per la valorizzazione del buon gusto italiano che si declina in una selezione accurata di partner del territorio. Per garantire forniture a chilometro zero, meno impattanti sull'ambiente e non gravate da alti costi di gestione e trasporto.

«Dalla scelta dei materiali alle finiture, dal progetto fino alla direzione in cantiere, seguiamo passo dopo passo, ogni singolo dettaglio – concludono Andrea Battistin e Chiara Bettiol – per ottenere il miglior risultato che rispecchi le aspettative dei nostri clienti. Presso il nostro showroom si trova tutto il necessario per completare una casa: piastrelle, sanitari, box doccia, tappeti, tende, carte da parati, e oggettistica e complementi d'arredo. Il valore della nostra offerta sta proprio nella distinzione del servizio complessivo, nell'attenzione al budget, nella valutazione dei prodotti, nella cura attenta del cliente, nel rispetto dei tempi di realizzazione, che si rende concreto nella catena lavorativa che vede un team giovane e dinamico al lavoro tra ufficio tecnico, ufficio ordini, ufficio progetti e post vendita. Tutti i comparti di Casa Evolution sono quotidianamente impegnati per offrire creatività, professionalità, esperienza, innovazione e soprattutto servizio. È questo che ci chiedono i clienti e questo proviamo a realizzare con passione e cura dei dettagli». • Alessia Cotroneo

RISTRUTTURAZIONI: È BOOM DI CONSULENZE

Da un anno e mezzo Casa Evolution ha inaugurato uno studio tecnico interno, composto da due architetti, un ingegnere e un geometra, dedicato al riammodernamento o alla costruzione dell'appartamento ex novo, attraverso lo sviluppo delle pratiche e la messa in opera di artigiani specializzati (cartongessisti, idraulici, elettricisti, pittori, posatori di pavimenti e carte da parati) che lavorano per offrire un servizio completo. «I clienti ci chiedevano esperti in ristrutturazioni già da dieci anni – sottolinea Andrea Battistin – così abbiamo pensato di strutturare l'offerta come un vero atelier. Durante la pandemia è come se ci fossimo accorti improvvisamente che la nostra casa è più del posto in cui andiamo a dormire la sera e abbiamo cominciato a volerla vivere. Poi i bonus edilizi, il 110 per cento in particolare, è stato un bagno di sangue, tra pratiche e cambi in corso d'opera. E ha portato alla luce una delle più grandi paure di chi vuole ristrutturare casa: la burocrazia, anche e soprattutto in presenza di agevolazioni. L'altro grande timore è il budget, perché quando si acquistano appartamenti o case anche degli anni Ottanta e Novanta non si sa mai cosa si può trovare negli impianti elettrici o idraulici. Per questo, sempre più spesso ci vengono richieste consulenze pre acquisto, che includono anche prospetti sui costi per ristrutturazioni e arredamento».

W&W

WRAP AND WALL



Carte da parati tailor made

L'immaginazione diventa realtà attraverso una creatività senza limiti e una flessibilità progettuale unica

www.wrapandwall.com



Lunga vita al Compasso d'Oro

In occasione del 70esimo anniversario del premio di design più importante, il presidente dell'Adi Luciano Galimberti ricorda il valore di un riconoscimento che ha saputo evolversi, mantenendo intatta la sua integrità, e fotografa le direttrici del settore

Con la 28esima edizione del Compasso d'Oro si celebrano i 70 anni del più antico ma soprattutto più autorevole premio mondiale di design, nato da un'idea di Gio Ponti. La premiazione è prevista per il 20 giugno all'Adi Design Museum di Milano. Ne parliamo con Luciano Galimberti, presidente dell'Associazione per il Disegno industriale.

Presidente, cosa rappresenta ancora oggi il Compasso d'Oro nel panorama attuale di produzione e consumo del design?

«C'è grande orgoglio, impegno e senso di responsabilità per il percorso compiuto in questi 70 anni da Adi che, lo ricordiamo, è un'associazione privata con una fondazione privata alle spalle. Dal punto di vista del riconoscimento, il Compasso d'oro è un premio che si distingue, da un lato, per il ruolo istituzionale che ha sempre voluto mantenere non è un riconoscimento commerciale e dall'altro per la scientificità del processo con cui viene assegnato. È un procedimento lungo due anni. Il Comitato scientifico, composto da un Osservatorio permanente sul design di natura multidisciplinare (150 tra designer, critici, esperti e giornalisti) e da una serie di commissioni, opera una durissima selezione per consegnare a una giuria internazionale un basket dal quale scegliere non più di venti oggetti. Nella prima, paradigmatica, edizione del 1954, i 20 prodotti di design selezionati raccontavano il lavoro, la vita, l'abitare, il divertimento, i bambini, il viaggio, lo sport. È stata un'intuizione straordinaria conservata negli anni: il Compasso d'oro non è un riconoscimento tipologico verticale, bensì trasversale, che restituisce l'idea di quanto importante possa essere il design nella nostra esistenza. Un'idea espressa anche dall'Adi Design Museum, aperto da tre anni a Milano: non un museo celebrativo, ma

uno spazio che vuole raccontare la complessità di una filiera fatta di imprese e progettisti, ma nella quale intervengono anche il sistema formativo e distributivo. Del resto, il Compasso d'Oro è stato inizialmente patrocinato da La Rinascente. L'obiettivo di Adi è tuttora valorizzare la filiera del design made in Italy».

Il design ormai da parecchi anni si sta occupando di questioni che non hanno più a che fare solo con singoli prodotti, ma con sistemi di oggetti. Qual è secondo lei il contributo innovativo portato dai prodotti e servizi selezionati dall'Adi Design Index 2023 in quanto anticamera del Compasso d'Oro?

«Se prima della scorsa edizione il premio fotografava a posteriori la qualità e la bontà dei prodotti, dal 2022 abbiamo inserito un tema. Allora fu lo sviluppo sostenibile responsabile, mentre quest'anno è la qualità, intesa non come lusso ma come qualità complessiva dei processi e delle relazioni. Ci diamo degli obiettivi, che identificano in un certo senso delle istantanee, delle emergenze culturali ed economiche che stiamo vivendo. Esistono due grandi fronti aperti: uno è l'evoluzione del design di prodotto verso il design dei servizi, che si occupa di più aspetti del design, da quello per il sociale alle interfacce. Una seconda grande frontiera è quella dell'intelligenza artificiale, introiettata già da alcune imprese ma non ancora dal grande pubblico. Di fronte alla disponibilità di prodotti generati con il contributo dell'Intelligenza artificiale (immagini liquide assistite, veicoli assistiti o prodotti per le smart city), ci si interroga sulle responsabilità del progettista e dello sviluppatore. Si tratta di scenari per i quali non siamo ancora pronti e che saranno al centro di un grande dibattito».

Così come il tema della tutela della proprietà intellettuale.

«Sì, restano molte questioni aperte. L'Asso-

ciamento da anni si avvale di un Giurì del design per rispondere alle evoluzioni e alle insidie della competizione internazionale. Gli orientamenti sono due: il primo è proteggersi sotto il profilo normativo e allora il brevetto è lo strumento più adeguato. Da qui si aprono però altri temi: quanto costa brevettare oggi in Italia? Chi lo fa e qual è il livello di protezione internazionale? Il secondo orientamento è la continua capacità di innovare per controbattere alla concorrenza sleale. È la capacità tipica del design italiano: mettere in fuorigioco chi ci copia».

Le parole chiave che attraversano le diverse categorie dell'Adi Design Index 2023 sono qualità, inclusività e coinvolgimento. Senza dimenticare la sostenibilità che ormai è un prerequisito.

«La nostra Commissione che si occupava di sostenibilità è stata sciolta, perché è un valore dato ormai per assodato. Se un prodotto non è sostenibile, non è un buon prodotto di design. Certo, bisogna intendersi su come raggiungere la sostenibilità, è un tema che va esaminato in maniera approfondita».

Dove sta andando il design italiano?

«Credo che goda di ottima salute e abbia ritrovato una strada che sembrava smarrita: non si occupa di forme di prodotto, ma delle relazioni che il prodotto instaura con il mercato e i suoi utenti. Nel design italiano solidità tecnica e capacità narrativa sono due facce della stessa medaglia, che rendono più comprensibile il nostro design rispetto ad al-

Luciano Galimberti, presidente Adi



La protesi Letizia realizzato da Isinnova

tre formule di altri Paesi».

Nell'ambito dell'arredamento dominano i grandi designer e le aziende leader, occorre puntare di più su giovani ed emergenti?

«Per quanto riguarda i giovani, rimarrà aperta fino al 19 maggio all'Hong Kong Design Center la mostra "Italy: A New Collective Landscape", curata da Adi Design Museum, dove sono esposti i lavori e le idee di cento designer italiani under 35, selezionati a partire da un'open call cui hanno risposto quasi quattrocento giovani progettisti. Da questa esposizione emerge una fotografia dell'orientamento delle nuove generazioni: il 50 per cento di questi giovani talenti cerca il rapporto con l'industria, mentre il restante 50 per cento lo rifiuta, cercando altre strade produttive tramite aggregazioni e forme di autoproduzione. È come se i giovani fossero divisi cuore e testa su due mondi differenti. La mostra è piuttosto interessante, perché riunisce molti esiti differenti con una prevalenza del design per il sociale e la proposta di nuove formule di coinvolgimento del mercato. Io lo definisco mercato, ma forse è un po' limitativo, perché si delineano interazioni molto forti che vanno oltre la scelta d'acquisto. Emergono nuove tendenze che orientano la produzione di questi prodotti e servizi». • **Francesca Druidi**

«NEL DESIGN ITALIANO SOLIDITÀ TECNICA E CAPACITÀ NARRATIVA SONO DUE FACCE DELLA STESSA MEDAGLIA, CHE RENDONO PIÙ COMPRESIBILE IL NOSTRO DESIGN RISPETTO AD ALTRE FORMULE DI ALTRI PAESI»

L'architettura che vince la povertà

Ne è uno degli interpreti più talentuosi Diébédo Francis Kéré, tra gli ospiti più attesi del programma di talk del Salone 2024. Premiato con il Pritzker nel 2022, il progettista africano mosterà che talvolta un'opera può fare giustizia

Una matrice identitaria con radici in Africa e germogli in Europa, che lo ha legittimato nella veste di mediatore tra i due mondi. Di queste due anime, perfettamente sintonizzate con la filosofia "human-at-the-center" che guiderà i percorsi espositivi del Salone del Mobile 2024, si nutre il talento di Diébédo Francis Kéré, precursore dell'architettura sostenibile per la terra e per i suoi abitanti. «Spero di cambiare il paradigma, spingere le persone a sognare e a sottoporsi al rischio. Non è perché sei ricco che dovresti sprecare materiale, non è perché sei povero che non dovresti cercare di creare qualità» le parole che riassumono il manifesto culturale dell'architetto, educatore e attivista sociale burkinabé, pronunciate negli istanti immediatamente successivi al ritiro del Pritzker Architecture Prize 2022, la più alta onorificenza riconosciuta in materia di progettazione su grande scala.

SCUOLA ELEMENTARE DI GANDO, PRIMA PAGINA DELLA STORIA

Un messaggio di architettura come diritto universale e come strumento di emancipazione dalla povertà che verrà rilanciato dal Salone di quest'anno, di cui Kéré sarà uno dei protagonisti più attesi. Innanzitutto, con il suo progetto per la nuova Assemblea nazionale del Benin, uno degli ultimi firmati dal suo studio berlinese e ispirato all'albero di Palaver, all'ombra del quale molte popolazioni africane sono solite incontrarsi per prendere decisioni nell'interesse di una comunità. Ma, più in generale, per raccontare la sua storia che ha poco dell'ordinario e molto di eccezionale e di edificante. A cominciare dalla scuola elementare di Gando, realizzata nel 2001 nel suo villaggio natale in Burkina

Faso, che richiama da subito l'attenzione internazionale per il potere della materialità che emana, per la capacità di rispondere al clima naturale e, soprattutto, per il senso di giustizia sociale racchiuso in un luogo dell'educazione costruito in terre desolate dell'Africa subsahariana. In questi anni il raggio d'influenza di Kéré si espande progressivamente, abbracciando regioni dalle infrastrutture pressoché inesistenti quali Mali, Togo, Kenya e Sudan, così come la scala dei suoi progetti. Vedasi il progetto del nuovo Parlamento a Ouagadougou, un'architettura piramidale da 25 mila mq presentata in occasione della Biennale di Architettura del 2016 a Venezia. Pensata come un sistema di spazi pubblici ombreggiati accessibile attraverso un complesso di scalinate e giardini terrazzati, l'opera desta stupore anche per il richiamo alla cupola che sormonta l'edificio del Reichstag a Berlino, realizzata da Norman Foster nel 1999. Una scelta che rivela da un lato le prime contaminazioni di Kéré con la cultura architettonica europea e, dall'altro, la volontà di lanciare un forte segnale di rinascita democratica anche dalla capitale del Burkina Faso, dopo le rivolte scoppiate nel 2014.

LA PROGETTAZIONE INCREMENTALE COME PRINCIPIO CARDINE

Sempre riverenti all'ambiente che le ospita, le visioni del Pritzker 2022 prendono forma e slancio laddove costruire sembra quasi impossibile. Vincendo le avversità del territorio e delle politiche edilizie, Kéré implementa infatti soluzioni passive low-tech per soddisfare al meglio le esigenze locali, in termini di comfort igrotermico e luminoso. Come accade quando nel 2010 a Laongo disegna l'Opera Village con due edifici scolastici, i laboratori, altri 16 edifici e l'annesso centro per



Il progettista Diébédo Francis Kéré

la salute e la previdenza sociale (2014), ma anche l'ambulatorio chirurgico e centro sanitario a Léo. Rientra in questa casistica anche il campus didattico di Koudougou, la cui costruzione è iniziata nel 2014 con la realizzazione del Lycée Schorge, è stato ampliato nel 2020 e incorpora oggi il Burkina Institute of Technology. Da questi lavori emerge un altro principio cardine del

suo lavoro: la progettazione incrementale, che prevede la possibilità di un ampliamento architettonico di un elemento funzionale per le comunità di un Paese in cui i servizi di pubblica utilità sono carenti. Nel 2017, Kéré porta simbolicamente il suo Paese natio all'esterno della Serpentine Gallery di Londra, costruendo un padiglione temporaneo ispirato alla vegetazione e agli alberi del Burkina Faso, con una tettoia in acciaio e legno da cui filtra la luce naturale di giorno e che diventa una torcia illuminata di notte. Una delle sue ultime opere è invece lo Startup Lions Campus, un esempio di architettura sostenibile a tutto tondo, oltre che un landmark nel paesaggio brullo delle sponde del lago Turkana. In perfetta simbiosi con il contesto, questo Campus appare ispirato a una sorta di "ragionevolezza universale" che rappresenta un po' la cifra stilistica di Francis Kéré. In "missione" anche a Milano, come da due decenni a questa parte, per fornire spunti alle nuove generazioni di progettisti e testimoniare l'eccezionale evoluzione architettonica in corso nel continente africano, alla ricerca di un'identità postcoloniale.

• Giacomo Govoni



LA PROGETTAZIONE INCREMENTALE, CHE PREVEDE
LA POSSIBILITÀ DI UN AMPLIAMENTO
ARCHITETTONICO DI UN ELEMENTO FUNZIONALE
PER LE COMUNITÀ DI UN PAESE IN CUI I SERVIZI DI
PUBBLICA UTILITÀ SONO CARENTI

Gio Tiroto, l'etica del design

Ogni suo progetto è un ponte tra il pensiero e il messaggio. Dalla collaborazione con Ikea al prossimo Salone del Mobile, Gio Tiroto spiega il suo linguaggio artistico che non si sviluppa a Milano, ma nella provincia piacentina da cui proviene e dove produce il Bargnolein

Gio Tiroto è il primo designer italiano a cui Ikea ha affidato la progettazione di una sedia, Ensholm, e il secondo in generale dopo Vico Magistretti, la cui lampada Telegono fu inserita nel 1970 nel catalogo della multinazionale svedese dell'arredamento, che da sempre si riconosce nei principi del design democratico. Dopo la laurea al Politecnico di Milano e dieci anni di esperienza nella capitale italiana del design, avendo come mentore Diego Grandi, Gio Tiroto fonda il suo studio nel 2010, tornando nella natia Fiorenzuola D'Arda, dove in maniera spontanea e naturale avviene la generazione delle idee. Qualunque sia il focus del progetto- grafica, prodotto, interior design, accessori per esibizioni o altro ancora - l'atteggiamento del designer e art director rimane sempre lo stesso: ossia risolvere la forma partendo dall'aspetto funzionale. «Partire dalla funzione e dalla ricerca tecnica è il mio metodo preferito: ti dà la possibilità di costruire un oggetto che non abbia riferimenti formali o alla moda», ci

Sedia GT01 di Infiniti disegnata da Gio Tiroto
Credit Foto: Matilde Bettati



racconta Gio Tiroto. Perché un buon design è senza tempo.

Progettare una sedia per Ikea, i cui prodotti sono visti e acquistati in oltre 60 paesi del mondo, rappresenta senza dubbio un traguardo eccezionale per la sua carriera. Che esperienza è stata?

«L'idea di disegnare un prodotto iconico come la sedia- a un prezzo il più possibile accessibile- è stata una sfida emozionante. Ho sempre studiato che questo è il fulcro del progetto di design ed è una cosa in cui credo fortemente; essere riuscito a portare a termine un progetto simile con un'azienda che ha fatto la storia del design mondiale è sicuramente un'importante esperienza professionale».

Il suo linguaggio artistico, che spazia nei diversi campi del progetto, è espressamente finalizzato a costruire un messaggio. Come si dipana il suo processo di ricerca?

«Lo studio mette in atto un processo di ricerca continuo, sulla storia e sul contemporaneo. Con l'inizio di un progetto- che sia di prodotto o di direzione artistica- si apre una parentesi all'interno del processo che tende a specializzare e approfondire il tema in questione. La nostra epoca è in esubero produttivo: credo che trovare il giusto o più forte messaggio finale sia un punto etico del progetto dal quale non si possa prescindere».

Qual è il valore aggiunto di avere la sua base operativa a Fiorenzuola e non più a Milano?

«Non so dire se vivere a Fiorenzuola, un piccolo paese dell'Emilia, ha che fare con il mio approccio progettuale, però lo studio di ogni mio prodotto avviene qui. Oggi lavorare a distanza è semplicissimo, anzi è una soluzione intelligente rispetto ai mille inutili spostamenti che facciamo. Dopodiché andare a trovare gli imprenditori nelle loro "botteghe", conoscerli, discutere con loro e capire le loro tecnologie è la base certa per ogni buon progetto. L'industria è prima di tutto un insieme di relazioni umane, e solo



Progetto Super Random per Malerba. Credit Foto: Federica Bottoli

dopo di processo. Per costruire e approfondire i rapporti dobbiamo concedere loro tempo e vivere in un piccolo paese ti insegna questo: dare tempo al progetto».

Quali progetti porterà al prossimo Salone del Mobile? Cosa si attende da questo appuntamento?

Gio Tiroto, designer e art director



«Quest'anno presento due progetti: due sedute una per Mdf Italia e una per Unopiù. I due progetti sono molto interessanti per la loro ricerca tecnica, caratteristica che contribuisce alla nascita di interessanti novità formali. Partire dalla funzione e dalla ricerca tecnica è il mio metodo preferito: ti dà la possibilità di costruire un oggetto che non abbia riferimenti formali o alla moda. L'obiettivo è farli diventare senza tempo».

Insieme al suo amico d'infanzia Luca Camminati, ha creato Ryto con cui produce il liquore Bargnolein. Come procede questo progetto?

«Con Luca abbiamo pensato di mettere sul mercato un'eccellenza del nostro territorio, una ricetta storica che fino a quel momento nessuno commercializzava. Il Bargnolein è un infuso di prugne selvatiche (la pianta si chiama prunus spinosa) che dopo un periodo di infusione viene tagliato con un vino naturale dei colli piacentini (ovviamente). L'aggiunta del vino è la caratteristica principale della ricetta, che lo rende interessante anche nella mixologia. Oggi Ryto è cresciuto sia come produzione che come brand e stiamo pensando a novità molto interessanti che usciranno tra poche settimane, perciò assaggiatelo! Non lo lascerete mai più!». • **Francesca Druidi**

TROVARE IL GIUSTO O PIÙ FORTE MESSAGGIO
FINALE È UN PUNTO ETICO DEL PROGETTO DAL
QUALE NON SI PUÒ PRESCINDERE

La strada per l'armonia è la sperimentazione

Importanti esposizioni, dalla Triennale di Milano al Mambo di Bologna, hanno evidenziato la sua evoluzione di architetto e designer. Massimo Iosa Ghini ci racconta la sua visione progettuale, i suoi lavori nel capoluogo emiliano e gli scenari futuri

«**P**rogetto quello che vorrei che gli altri progettassero per me». È il mantra di Massimo Iosa Ghini, architetto e designer di cultura internazionale, fondatore di Iosa Ghini Associati nel 1990 con sedi a Bologna, Milano e Miami. Dalle avanguardie alla sostenibilità, ha sempre scelto la strada meno facile, quella dell'innovazione, per rispondere alle sfide tecniche e umane che ogni progetto veicola con sé e spingere la ricerca sui contenuti oltre gli schemi convenzionali. Con un obiettivo centrale: raggiungere l'armonia, tra uomo e ambiente, tra uso e bellezza.

Dalla ricerca di maggior complessità con l'esperienza di Memphis e del Bodilismo all'architettura osmotica, come definirebbe oggi la sua visione, il suo approccio progettuale?

«Il mio metodo per creare un equilibrio tra l'estetica e la funzionalità è quello di immaginarmi utilizzatore di quello che sto creando e avere un approccio molto critico come progettista verso quello che sto facendo per cercare - punto su punto - di definire la dimensione migliore. In questo modo faccio quello che vorrei che gli altri facessero a me».

Dai Ferrari e Kiko Store al Marconi Express, conosciuto come People Mover, ha firmato spazi architettonici museali, commerciali, residenziali, aree e strutture dedicate al trasporto pubblico, all'accoglienza e agli shop, senza dimenticare le collezioni di arredo. Individua linee comuni in questi ambiti così variegati?

«Traggo ispirazione dal passato, da alcuni movimenti della storia del design e dell'ar-

chitettura come il Futurismo italiano, con quel senso di velocità e di contemporaneità con la tecnologia, e allo stesso modo cerco di interpretare nelle mie architetture, nei miei interni e nei miei oggetti di design, il legame tra il nostro ambiente, gli spazi in cui viviamo e la tecnologia che si sta sviluppando nella nostra quotidianità».

E quali sono le principali sfide che incontra dopo la pandemia?

«Riprogettare l'attività umana, cercando di ottenere una maggiore efficienza di risultato, è possibile. Immaginare di ridurre le attività umane e quindi il peso antropico del pianeta con meno cose, ma di qualità molto maggiore. Lo abbiamo demonizzato ma penso che ci sarà anche una riscoperta del concetto di piacere, magari anche solo per le piccole cose, ma certo anche per il lusso che io affianco alla idea di qualità, di qualcosa che è meglio».

È uno degli ambasciatori del design e dell'architettura made in Italy nel mondo. In cosa siamo unici e dove possiamo e dobbiamo migliorare?

«Siamo unici nella nostra tradizione e storia, in particolare guardando ai nostri artisti del Rinascimento: il legame con la natura e quindi il confronto tra artificio e naturalità; l'artificiale che si incontra con l'elemento naturale e deve generare un contesto armonico in cui si possa vivere bene. Siamo maestri di armonia. Il nostro sistema di produzione delle idee è ineguagliabile, le nostre capacità di analisi e di adattamento sono eccezionali, ma dobbiamo imparare a sfruttare meglio le buone idee che la nostra cultura sa generare».

È intervenuto nel libro di Repubblica Due torri una città. Oltre alla messa in si-



L'architetto e designer Massimo Iosa Ghini
Credit foto: Mattia Aquila

curezza della Garisenda, Bologna è al centro di numerosi cantieri che ne modificheranno il centro, anche dal punto di vista della mobilità. Come valuta il progetto urbanistico per la sua città?

«Bologna si è già posta da tempo il tema della mobilità. Come il People Mover (sistema di trasporto che collega l'aeroporto con la stazione centrale di Bologna, ndr), che sicuramente andrebbe implementato e ampliato vi-

Il progetto d'interior sviluppato da Massimo Iosa Ghini per il grattacielo Brickell Flatiron di Miami



sto le potenzialità del sistema e l'impatto ambientale così virtuoso. Ma certamente adesso la sfida è quella di riuscire a creare un equilibrio tra la necessità di movimento e la sostenibilità ambientale ed ecologica. E liberare gli spazi urbani dal traffico veicolare consentirebbe di realizzare progetti capaci di dare una grande godibilità dei luoghi ai cittadini e anche a chi ci viene a visitare. Servirebbero una maggior saturazione di verde anche nelle zone centrali, creando giardini da affidare magari a una gestione anche privata sul modello della High Line newyorkese, e soprattutto uno sforzo per mettere architettura di qualità nelle periferie, antidoto al malessere sociale urbano. Per fare questo, va caldeggiato e stimolato un modello partecipativo pubblico-privato che contemperi le necessità del pubblico, prevedendo il giusto ritorno ai privati che impegnano capitali e risorse».

Quale lavoro legato al capoluogo emiliano la rappresenta maggiormente?

«Il People Mover. Il mio studio ha seguito la progettazione architettonica e, quando parto la mattina all'alba dall'aeroporto, lo guardo nel suo nitore e mi piace».

Come vede il futuro della progettazione, soprattutto sul fronte della sostenibilità?

«Nella trasformazione del mondo, stiamo andando alla ricerca di un'armonia superiore, raggiungibile usando l'esperienza di progetti passati che possono essere filtrati con l'intelligenza artificiale. C'è, quindi, la possibilità di avere una qualità abbastanza alta di progetti e di realizzazione molto generalizzata, attenta agli utilizzatori, a noi come persone e anche all'ambiente. Ma l'innovazione vera, l'eccezionalità, l'eccellenza, le si potranno ottenere solo attraverso la sperimentazione, che è deviazione rispetto al conosciuto. Il vero "Progresso" di contenuti si avrà quindi solo grazie alla capacità umana di uscire dalla mediazione, dalla mediocrità, che sono le due facce della medaglia, per trovare nuove strade che siano sempre più vicine al sogno umano». • **Francesca Druidi**

«PROGETTO QUELLO CHE VORREI CHE GLI ALTRI PROGETTASSERO PER ME. CON UN OBIETTIVO CENTRALE: RAGGIUNGERE L'ARMONIA, TRA UOMO E AMBIENTE, TRA USO E BELLEZZA»

Elogio della lentezza

Un luogo come una raccolta di progetti e oggetti che parlano tutti lo stesso linguaggio, fatto di purezza e corruzione, estetica moderna e vivacità tattile, luce e colore; frutto di un connubio tra due regioni, il Veneto e la Sicilia, lontani geograficamente, ma legati da solide tradizioni artigiane: questo il sincretismo stilistico di Margherita Rui

Margherita Rui ha uno stile essenziale, pregno di rimandi colti e insieme manuali, accennati e coerenti in ogni dettaglio, dal prodotto al progetto fotografico, dal sito allo stand fino ai font del catalogo. Il progetto che riassume al meglio il suo pensiero creativo, stilistico e realizzativo è Grotta e Carrubo, la sua casa privata a Scicli.

Quale filosofia sta dietro al suo progetto in Grotta e Carrubo?

«Grotta e Carrubo è un luogo che riflette il contesto in cui sorge; manifesto di una personale riscoperta del fare antico e locale, nel quale l'estetica dell'imperfezione riporta a una bellezza antica e lenta. A partire dalla ricerca degli artigiani, alla definizione delle materie, tutte le scelte sono state compiute con l'intento di coinvolgere le migliori maestranze locali. La casa è stata costruita in pietra bianca di Modica, calce naturale e legno di castagno siciliano, ogni dettaglio è stato studiato tramite un processo di ricerca lento e paziente volto a individuare le soluzioni più adatte nel rispetto dei materiali originali. A materiali antichi riprogettati, si uniscono gli elementi di decoro: i tessuti disegnati per Erimiti, il lampadario de Il Fanale, il progetto di mattonelle Alfabeto sviluppato con Ninefifty e gli arredi disegnati su misura utilizzando i materiali locali (pietra, legno di castagno)».

In Grotta e Carrubo alcuni spazi sono definiti "angoli di elogio della lentezza". Cosa significa?

«Quando io e mio marito Alessandro abbiamo visitato per la prima volta questo piccolo luogo abbiamo colto immediatamente le sue potenzialità di integrazione nel paesaggio roccioso del colle. Al carrubo e ai fichi d'india esistenti abbiamo deciso di aggiungere lentischi, corbezzoli, limoni, felci e piante aromatiche del territorio siciliano per valorizzare il paesaggio urbano, con l'aiuto di un bravo paesaggista locale (Alessio Bracchitta): i colori e i profumi delle piante autoctone incorniciano e definiscono spazi di calma e riposo, angoli di elogio della lentezza e di un nuovo modo di vivere incastonati tra il declivio e la nuda pietra dei muretti a secco patrimonio Unesco. Il progetto degli esterni rispecchia



il desiderio di vivere appieno il rapporto con la natura, non solo nei suoi elementi, ma anche e soprattutto nei suoi tempi. Grotta e Carrubo è un luogo in cui riappropriarsi dei ritmi originari e far propria la lentezza. Molti sono, infatti, gli angoli pensati per lo slow living, dislocati lungo il percorso che dalla casa conduce ai margini della proprietà».

Il suo concetto di estetica dell'imperfezione come si concilia con quello di perfezione assoluta che tanto piace oggi?

«I concetti di verità, imperfezione, non finito rispecchiano ciò che per me è il fondamento della progettualità. La ricerca e la sperimentazione chiamano la materia ad assumere nuove forme e colori e aiutano a concretizzare il suo potenziale espressivo. A questo approccio dal ritmo naturale, organico unisco tecniche antiche reinterpretate e le più avanzate tecnologie, che rendono ogni prodotto e il processo che lo delinea irripetibili».

Che cosa vuol dire fare design per l'outdoor oggi?

«Il design per l'outdoor ci apre a nuove sfide. Attraverso gli strumenti di progettualità dell'interior riusciamo a decodificare un modo di vivere spazi solamente tratteggiati, senza veri confini: un nuovo approccio all'outdoor che si trasforma non solo in luogo, ma in un momento per ritrovare ritmi dimenticati, strettamente legati

a quelli della natura. Nasce così un modo di vivere lento dove i confini sono allo stesso tempo reali e immaginati».

Nei confronti della sostenibilità qual è il suo impegno?

«La progettualità, e con essa la sostenibilità, è un processo evolutivo di educazione, ricerca e confronto incessanti, in cui risultato e pratiche sono sempre perfezionabili. Spazi e prodotti devono mettere le persone al centro, considerando come queste vivranno, muteranno ed evolveranno in e con essi. Persone, luoghi e prodotti sono legati indissolubilmente dal tempo, pertanto nel mio modo di progettare cerco sempre di trovare il modo di supportare il concetto di durabilità attraverso pratiche antiche che utilizzano i materiali della tradizione e che trovano risposta nell'artigianato del territorio».

Quali sono i vostri progetti futuri?

Questo è un momento ricco di progetti, stimoli e contaminazioni. Durante la Milano Design Week 2024, la mia ricerca Glazed Nature riguardante il colore e gli smalti applicati a diverse superfici ceramiche sarà esposta alla Galleria Rossana Orlandi. Ho voluto creare una vera e propria materioteca composta da 168 piastre che consente di dialogare sui progetti con uno sguardo ampio. Dal 2021 lavoro alla direzione creativa di Dante Negro, brand che esplora le possibilità del ferro battuto trasformandole in arredi outdoor e strutture

Margherita Rui designer e creativa director dello studio Dogtrot



architettoniche su misura. Quest'anno, la linea contemporanea Blending Habitats viene presentata per la prima volta al Salone del Mobile di Milano con l'inedita collezione Corda di Zanellato/Bortotto e il completamento della mia collezione Dolmen: un divano modulare composto di 10 elementi. Con Dogtrot, sto lavorando alla direzione creativa di Teporia, una start up di arredo outdoor digital first. Teporia è sinonimo di freschezza: nelle idee, nel design e nell'approccio al mercato. Con questo nuovo brand, abbiamo voluto rivoluzionare il modo in cui il design arriva al pubblico attraverso una proposta esclusivamente online che lo rende accessibile a tutti. Oltre a progettare la linea di prodotto Rada, ho coinvolto un team di designer composto da e-ggs, Tommaso Caldera, They Simply Design e Andrea Radice che hanno disegnato per il brand le collezioni Fune, Juta, Nesto, Sartia e Tamerice, proponendosi di trasformare gli spazi all'aperto in luoghi da vivere all'insegna di spensieratezza, leggerezza e convivialità. Ultimo, ma non ultimo ho nel cassetto un progetto del cuore di cui non posso svelare ancora nulla, ma che vuole valorizzare il savoir-faire delle straordinarie maestranze italiane interpretate attraverso un nuovo segno. Spero di potervi dire presto di più».

• **Cristiana Golfarelli**

DAZI MILANO

16 · 21 · 04 · 2024

11 AM · 9 PM

PIAZZA SEMPIONE

ORO

BY RUFFINO

ONE EXHIBITION
SIX GOLDEN VISIONS
MILAN DESIGN WEEK



SIGN UP HERE

DEDAR
MILANO

PARTNERS



GINORI
1735



RUFFINO
1877

GUSTA I NOSTRI VINI
RESPONSABILMENTE.

[@ruffino_1877](#) [f ruffino1877](#) [ruffino.it](#)

La creatività è un muscolo da allenare

«Per creare una narrativa autentica e vera non si può che passare attraverso un processo molto accurato di costruzione del proprio sé». Così Sara Ricciardi si svela nei suoi progetti

Milanese d'azione, Sara Ricciardi non dimentica mai le sue fiere radici del Sud, che si riflettono nella creativa vena pagana che appartiene solo veramente a chi è nato all'ombra del Vesuvio.

È nata nell'entroterra campano, in una città chiamata Benevento, nota per essere la città delle streghe, come si riflette nel suo lavoro?

«Benevento è la città delle streghe poiché si narra di questo albero di noce, poi estirpato dal Papa, intorno al quale si praticavano ritualità pagane. La natura è la vera dea con cui restare in contatto per preparare le proprie formule magiche. Mi piacciono molto le radici, sentire la terra, creare i rituali. Come se avessero un riverbero lontano in me. Il primo lavoro con cui ho esordito è stato proprio Natura Morta. Supporti per sostenere rami e radici nella loro scultorea ultima posa. E poi sono arrivati Ritmo Sabba, Tabernacoli, Vette, Fedi e molti altri... Lavori in cui l'oggetto è solo un simulacro per la ricerca del sacro. La strega, o Janara, non fa altro che curare, lenire, è sapiente maga di erbe, miscela ingredienti della terra per creare misture con sapienza e conoscenza. Le sento come antenate. Le sento come maestre di vita e il mio lavoro è uno strumento narrativo, un veicolo per tramutare le parole in possibili forme magiche».

Quando è nata la sua passione per il design?

«È una parola che in realtà fino ai 17 anni

non faceva parte del mio panorama. Eppure un giorno nel mio liceo classico di Benevento, ci fu una giornata di orientamento- un formatore venne a parlare di Design- e come sempre la vita è l'arte dell'incontro...All'epoca stavo studiando il Demiurgo di Platone- colui che riusciva a trasformare il mondo astratto delle idee in forme tridimensionali comprensibili per gli uomini e quando il formatore disse: Il design consente di mettere i pensieri in materia - puoi dare loro una forma, capii in un attimo che era quello che volevo fare! Ho iniziato a studiare design due anni dopo quell'incontro che aveva lasciato dentro di me un grande seme».

«La creatività è un muscolo e io la alleno ogni giorno mettendomi scomoda». Così ha spiegato il suo metodo di lavoro: che cosa implica?

«Ho sviluppato una metodologia in anni di ricerca e sono sempre disposta a modificarla a seconda del contesto in cui siamo. La creatività infatti non si conquista mai, la si allena e la si nutre mettendosi sempre in una nuova "posizione di scomodità" un passo in avanti, indietro, di lato, muoversi implica che per una frazione di secondo la perdita dell'equilibrio. Ci vuole il moto per andare da qualche parte. Fondamentale è cambiare la postura, cercare lo squilibrio prospettico per vedere anche gli altri lati di un poligono irregolare; devi sentire il corpo nella ricerca e così anche lo sguardo riesce a rinnovarsi sempre. Il nostro deve essere uno sguardo sempre vivo sulle cose, gli spazi e le persone attorno a noi. Bisogna



Foto credit: Laura Baiardini

La designer Sara Ricciardi

saper andare alla deriva, con esercizi situazionisti e psicogeografici, perderci come dei Flaneur e poi dopo questa apertura saper chiudere, scegliere, dichiarare. È un movimento di mantice, un respiro che ci vuole sempre nella pratica di apertura e chiusura per non restare fermi dentro paradigmi stantii».

Com'è nata la tua passione per il design scenografico e per la performance?

«Sono sempre stata devota e amante del teatro. Si da quando sono piccola- benché sia una scatola di "finzione" è paradossalmente il luogo per me più vero di tutti. Nella costruzione dell'opera studiamo le nostre ossessioni, i nostri tic, i nostri desideri. Nelle maschere che scegliamo si annidano le parti più vere e sin da piccola ero una ghiotta frequentatrice di palcoscenici. È venuto naturale far sì che un oggetto sia sempre un pò un oggetto di scena, che un interior sia concepito sempre come un palcoscenico per le varie personalità che incontriamo. Il mio studio, il pataspazio, atelier di ricerca è costruito ad esempio in questo modo, il centro è nel gabinetto aperto da cui parte una spirale perché tutto è in movimento, anche le pareti sono quinte mobili di tendaggi che partiscono lo spazio. Abbiamo una cucina di cinque metri per cucinare insieme a vista e ci sono

casce e microfoni per la filodiffusione di canti e poesie. Oppure come la nostra ultima performance Sherazade per Spazio Giallo a Roma in cui abbiamo rielaborato la mitica figura de Le mille e una notte costruendo un immaginario di sogno con gioielli per la persona e per la casa con una lenta discobolo Floreale. Vivere significa interpretare il proprio palcoscenico quotidiano».

Nelle case che disegna cerca di "restituire" al cliente i suoi ricordi, i sentimenti, la poetica del suo quotidiano e della sua storia. Come riesce ad entrare in sintonia profonda con il committente?

«Fondamentale essere davvero nell'ascolto e fare tutta una serie di visualizzazioni iniziali per tracciare sogni e desideri da miscelare a limiti tecnici quali-spazio, tempo e budget. La sintonia è immediata quando c'è sincero scambio e grande desiderio. Le case sono una restituzione di ossessioni, voglie personali o collettive a seconda del singolo o della comunità che le abita. E soprattutto sono vive. Continuano a trasformarsi e non debbono solo ricercare uno status di rappresentanza».

Quali sono i suoi ultimi progetti?

«I progetti su cui stiamo lavorando al momento in studio sono variegati. Stiamo progettando una Lamia, nella meravigliosa Valle D'Itria pugliese, e durante il Salone del Mobile presenteremo la nuova collezione Oasis per Bosa Ceramiche, nonché la nuova linea di carte da parati per Texturae Karpeta. Presenteremo poi una installazione sonora immersiva: Under The willow Tree a Palazzo Litta con Passamanerie Massia e il musicoterapista Paolo Borghi. Dove tratteremo il suono come cura per la produzione artistica di 5 Vie. Sarò curatrice della mostra poetica Alchimie sul grande maestro Alessandro Guerriero presso lo spazio di Vito Nesta. A fine aprile presenteremo una grande installazione a Logrognò nei Paesi Baschi sulla libertà di espressione per azioni cittadine parkour».

• **Cristiana Golfarelli**

«FONDAMENTALE È CAMBIARE LA POSTURA, CERCARE LO SQUILIBRIO PROSPETTICO PER VEDERE ANCHE GLI ALTRI LATI DI UN POLIGONO IRREGOLARE; DEVI SENTIRE IL CORPO NELLA RICERCA E COSÌ ANCHE LO SGUARDO RIESCE A RINNOVARSI SEMPRE»



PANGUANETA

Plywood For Life

OBIETTIVO
**CARBON
NEUTRALITY**



**PROCESSI PRODUTTIVI
CERTIFICATI E SOSTENIBILI**



**PRODOTTI INNOVATIVI
PENSATI PER LA SOSTENIBILITÀ**



**IMPATTO AMBIENTALE
MONITORATO E COMPENSATO**

**COLTIVAZIONE CERTIFICATA
LUNGO LA FILIERA**



CIRCOLARI PER NATURA

Per noi la circolarità non è un plus, è il cuore della nostra strategia industriale. Un progetto di sostenibilità di impresa a 360 gradi che va verso l'obiettivo **CARBON NEUTRALITY** sia tramite la riduzione alla fonte delle emissioni, sia con progetti di compensazione legati al territorio.

www.panguaneta.com

NEVER STOP DREAMING.

LAGO



MILANO DESIGN WEEK 2024
PAV. 24 \ STAND E11-P6



Scansiona il QR Code
per scoprire tutte le novità LAGO