

# INTERNI

THE MAGAZINE OF INTERIORS  
AND CONTEMPORARY DESIGN

N° 1/2 JANUARY-FEBRUARY

GENNAIO-FEBBRAIO 2016

MENSILE ITALIA / MONTHLY ITALY € 10

AT € 19,50 - BE € 18,50 - CA \$can 30 - CH Chf 19,80

DE € 23 - DK kr 165 - E € 17 - F € 18 - MC € 18

UK £ 14,50 - PT € 17 - SE kr 170 - US \$ 30

Poste Italiane SpA - Sped. in A.P.D.L. 353/03  
art.1, comma1, DCB Verona

 MONDADORI



## LIQUID LIVING

*INTERNATIONAL ENGLISH ISSUE*

## **FocusING**

SHARED FUTURE  
DESIGN AND NEW MEDIA

## **INteriors&Architecture**

VINCENZO DE COTIIS  
LAZZARINI PICKERING  
JM ARCHITECTURE  
RCR ARQUITECTES

## **DesignING**

STILE & STILI

## **ShootING**

RE-DRESSING THE HOUSE  
NEW INDUSTRIAL



In all things of nature there is something of the marvelous.

Aristotle

BATTIGIA, the marvel of a washstand inspired by nature.



Battigia, design Michel Boucquillon

**antoniolupi**

Showroom\_ MILANO\_Porta Tenaglia

download app on iTunes and Google Play 

## MY LIFE DESIGN STORIES

Senzafine cabina armadio, design Rodolfo Dordoni.  
Tribeca tavolino, design Jean-Marie Massaud. Gant pouf.







**Poliform**







ARMADIO GLISS MASTER— VINCENT VAN DUYSSEN  
POLTRONA D.154.2— GIO PONTI  
TAPPETO HEM— PATRICIA URQUIOLA



Molteni & C



# DESIGN PORTRAIT.



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

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

IMM Cologne 18 - 24 Gennaio 2016 - Hall 11.1 - Stand D-021/C-020 + D-011/C-010





**B&B**  
ITALIA



# FINALMENTE UNA CASA TUTTA SCAVOLINI

TETRIX design Michael Young



Seguici su:



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

Numero verde: 800 814 815





living  
**kitchens**

La più amata dagli italiani

**SCAVOLINI™**

**bathrooms**









# Minotti

CREATE YOUR OWN DESIGN EXPERIENCE AT [MINOTTI.COM](http://MINOTTI.COM)





**MODULNOVA**  
KITCHEN LIVING BATH

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







scopri i contenuti  
extra con l'app  
Gruppo Euromobil

Cucina FiloAntis33, pensili vetro Teca e living E45 design R&S Euromobil e Roberto Gobbo.  
Divano Savoye design Marc Sadler, tavolino Dabliu-In design Setsu & Shinobu Ito, by Désirée.

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





EXPO VILLAGE  
Gruppo Euromobil  
official furniture partner  
Expo Village  
Cascina Merlata



# LIVING AND COOKING

TECNOLOGIA E TRADIZIONE. 100% MADE IN ITALY



**Euromobil**  
cucine





Divano Savoye design Marc Sadler.  
Poltrone Le Midi, tavolini e appendiabito Dabliu design Setsu & Shinobu Ito.  
Tappeto Baobab design R&S Désirée.





EXPO VILLAGE  
Gruppo Euromobil  
official furniture partner  
Expo Village  
Cascina Merlata



# HOMESOFTHOME

DIVANI, POLTRONE E LETTI PER L'ABITARE CONTEMPORANEO. 100% MADE IN ITALY



# ITLAS

PAVIMENTI IN LEGNO



# 5 Millimetri

## Progetto Bagno by Archea Associati



ITLAS\_5 millimetri\_rovere D06



*Il programma 5mm firmato ITLAS estende la sua naturale funzione diventando soluzione abitativa a tutti gli effetti. Nasce così 5mm progetto bagno dove le essenze, originariamente destinate alla caratterizzazione di pavimenti e pareti, diventano elemento centrale e distintivo di soluzioni ideate per la zona bagno. L'unione di design e natura promuove concetti legati all'eleganza ed alla ricercatezza identificando spazi dove si mescolano emozione ed intimità.*

**ITLAS**  
PAVIMENTI IN LEGNO

Via del lavoro  
31016 Cordignano  
Treviso - Italy  
T. +39 0438 368040  
[www.itlas.it](http://www.itlas.it)





“Coniughiamo design e funzioni creando una perfetta armonia negli spazi.  
Spazi ideati per stare bene, circondandosi di bellezza.  
Ci ispira da sempre la nostra terra: la nostra Puglia, la nostra musa.”  
*Pasquale Natuzzi*

**Interior Design service gratuito disponibile nei nostri negozi. Milano, via Durini, 24 - 023456152  
Roma, via GregorioVII, 314 - 0678725374 / Como, via P. Paoli, 45 - 031564537**





[natuzzi.com](https://www.natuzzi.com)

**NATUZZI**  
ITALIA

HARMONY  
MAKER

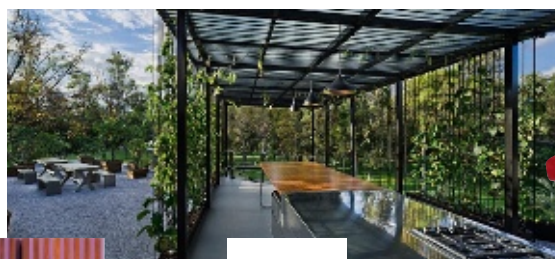


# INdice CONTENTS

January-February/gennaio-febbraio 2016

**On the cover:** the new Battigia washstand by Michel Boucquillon for antoniolupi. The Corian structure, built into the wall, also incorporates the faucet, conveying the impression that the water flows directly from the wall. The only external image is a sloped pane of glass. Complete with white or blue LED lighting, the sink comes in different lengths, from 90 to 300 cm.

**In copertina:** il nuovo lavabo Battigia di Michel Boucquillon per antoniolupi. La struttura in Corian, incassata nella parete, integra anche il rubinetto, dando l'impressione che l'acqua sgorgi direttamente dal muro. Unico segno esterno, una lastra inclinata in cristallo. Completo di illuminazione led bianca o blu, il lavabo è realizzabile in diverse lunghezze tra i 90 e 300 cm.  
(photos by / foto di Walter Monti)



## Looking AROUND

- 29 **EXHIBITIONS** TRIENNALE DI MILANO: COMUNITÀ ITALIA
- 30 **ART PROJECTS** PIEMONTE HANDMADE, EXPO IN IMAGES  
EXPO PER IMMAGINI
- 32 **BOOKS** ANNIVERSARY BOOKS: CASTELLO DI AMA AND  
ESTERNI / LIBRI CELEBRATIVI: CASTELLO DI AMA ED ESTERNI
- 34 **THERMAL ENERGY** AESTHETIC AND FUNCTIONAL QUALITY,  
TOTAL COLOR, RHYTHMICAL SEQUENCE, THERMAL  
PROWESS, SMALL SIZE, HIGH PERFORMANCE, HANDY  
ACCESSORIES / ESTETICA E FUNZIONALITÀ, A TUTTO COLORE,  
SEQUENZA RITMATICA, ELEVATA RESA TERMICA, DIMENSIONI  
RIDOTTE, ALTE PERFORMANCE, COMODI ACCESSORI
- 36 **SOUND DESIGN** URBAN STYLE, DESIGN VINTAGE,  
FOR DOMESTIC SETTINGS / PER AMBIENTI DOMESTICI
- 38 **IN BRIEF** IN-FORMAL LIGHT, ORIGINALITY UNTITLED  
THE ABET STAR / LUCE IN-FORMA, ORIGINALITÀ UNTITLED,  
LA STELLA DI ABET
- 40 **FAIRS** NEUE RÄUME IN ZÜRICH / NEUE RÄUME A ZÜRIGO  
HOMI DESIGN COMPETITION
- 46 **INTERVIEW** CORRADO PERABONI: HOMI AND THE  
CREATIVITY / E LA CREATIVITÀ MADE IN ITALY
- 48 **PRODUCTION** GRAPHIC WALLS / GRAFISMI DA PARETE
- 50 **PROJECT** PLAYFUL DESIGN  
SMART MOBILITY  
THE RIGHT LIGHT / LA LUCE GIUSTA  
ITALIAN STYLE CONQUERS AMERICA  
LO STILE ITALIANO CONQUISTA L'AMERICA  
DESALL, THE COMMUNITY SPEAKS  
DESALL, LA PAROLA ALLA COMMUNITY
- 62 **SHOWROOM** LANDING IN / APPRODO A SHANGHAI  
ITALIAN EXCELLENCE IN / L'ECCELLENZA ITALIANA A LONDON  
KITCHEN STUDIO MONTE SANTO
- 69 **CASE HISTORY** NEW PROJECTIONS / NUOVE PROIEZIONI  
THE CONTEMPORARY SENSE OF LUXURY  
IL SENSO CONTEMPORANEO DEL LUSSO
- 74 **COMPETITIONS** EAST AND WEST / TRA ORIENTE E OCCIDENTE
- 78 **DESIGNER** DIMA LOGINOFF
- 80 **ARCHITECTURE** LES BAINS DOUCHES  
BY DENIS MONTEL-STUDIO RDAI
- 83 **EVENTS** DESIGN WEEK MEXICO / ADVENTO ART DESIGN
- 88 **YOUNG DESIGNERS** MARINA BAUTIER
- 90 **ART DE LA TABLE** NEW YEAR'S DAY FOR ART AND DESIGN  
ARTE E DESIGN PER CAPODANNO
- 92 **ON VIEW** BUREN FOR THE LOBBY OF MADRE MUSEUM  
A NAPOLI / PER L'ATRIO DEL MUSEO MADRE DI NAPOLI  
PIRELLI THE CAL 2016 BY ANNIE LEIBOVITZ
- 96 **LIMITED EDITION** GAETANO PESCE: THE ALBERO VASES  
GAETANO PESCE: I VASI ALBERO
- 100 **SUSTAINABILITY** WHEN THE KIOSQUE IS BY BOUROULLECS  
SE IL KIOSQUE È FIRMATO BOUROULLEC  
THE LAVANDRESS: ECO-CHIC IN NYC  
LE LAVANDAIE: ECO-CHIC A NEW YORK
- 106 **HI-TECH** RÉTRO STYLE / STILE RÉTRO
- 108 **PERSPECTIVES** SANDOKAN A / IN SANDAKAN
- 110 **BOOKSTORE**
- 113 **TRANSLATIONS**
- 129 **FIRMS DIRECTORY**





LUXURY LIVING MILANO VIA DURINI 11 E 25 PARIS 18 AVENUE GEORGE V  
MIAMI 90 NE 39TH STREET • 4100 NE 2ND AVENUE SUITE 201  
NEW YORK 153 MADISON AVENUE LOS ANGELES 308 N ROBERTSON BLVD  
FENDI CASA +39 0543 791911 FENDI.COM

**FENDI**  
CASA



# INdice

CONTENTS

January-February/gennaio-febbraio 2016



16



12

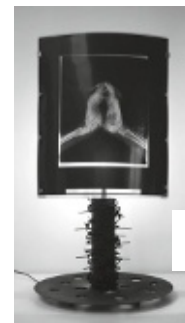
24



20



2



10

## INtopics

- 1 EDITORIAL  
BY / DI GILDA BOJARDI

## PhotographING

EXPLORATIONS

- 2 THE SEARCH FOR ROOTS / LA RICERCA DELLE ORIGINI  
PHOTOS BY / FOTO DI ELISABETTA LATTANZIO ILLY

## INsights

VIEWPOINT

- 10 HOLY WARS / GUERRE SANTE  
TEXT BY / TESTO DI ANDREA BRANZI

## FocusING

TALKING ABOUT

- 12 DIÉBÉDO FRANCIS KÉRÉ. MY AFRICA / LA MIA AFRICA  
TEXT BY / TESTO DI LAURA RAGAZZOLA  
PHOTOS BY / FOTO DI ERIK-JAN OUWERKERK,  
KÉRÉ ARCHITECTURE
- 16 SHARED FUTURE / FUTURO CONDIVISO  
TEXT BY / TESTO DI STEFANO CAGGIANO
- 20 ALWAYS CONNECTED / SEMPRE CONNESSI  
TEXT BY / TESTO DI VALENTINA CROCI

VIEWPOINT

- 24 DESIGNERS APART / DESIGNER A PARTE  
TEXT BY / TESTO DI MARCO ROMANELLI

**ABBONARSI CONVIENE!**

con 1 abbonamento  
2 soluzioni

L'edizione  
stampata  
su carta  
e la versione  
digitale



[www.abbonamenti.it/interni15](http://www.abbonamenti.it/interni15)



THE *SPIRIT* OF PROJECT  
CABINA ARMADIO COVER FREESTANDING DESIGN G.BAVUSO

Rimadesio

RIMADESIO.IT



# INdice

## CONTENTS

January-February/gennaio-febbraio 2016

42



35



## INside

### ARCHITECTURE

- 28 OXFORDSHIRE (UK), NATURAL LOOKOUT**  
**BELVEDERE SULLA NATURA**  
DESIGN / PROGETTO DI LAZZARINI PICKERING ARCHITETTI  
TEXT BY / TESTO DI ANTONELLA BOISI  
PHOTOS BY / FOTO DI MATTEO PIAZZA
- 35 OLOT (SPAIN), A HOUSE BETWEEN TWO WALLS**  
**UNA CASA TRA DUE MURI**  
DESIGN / PROGETTO DI RCR ARQUITECTES  
TEXT BY / TESTO DI MATTEO VERCELLONI  
PHOTOS BY / FOTO DI EUGENI PONS
- 42 CHALET FROM THE FUTURE**  
**LO CHALET CHE VIENE DAL FUTURO**  
DESIGN / PROGETTO DI JM ARCHITECTURE  
TEXT BY / TESTO DI LAURA RAGAZZOLA  
PHOTOS BY / FOTO DI JACOPO MASCHERONI
- 48 MILANO, THE RESTYLING OF THE ORIGINAL KRIZIA STORE**  
**IL RESTYLING DEL FLAGSHIP STORE KRIZIA**  
DESIGN / PROGETTO DI VINCENZO DE COTIIS ARCHITECTS  
TEXT BY / TESTO DI ANTONELLA BOISI  
PHOTOS BY / FOTO DI SANTI CALECA

## DesignING

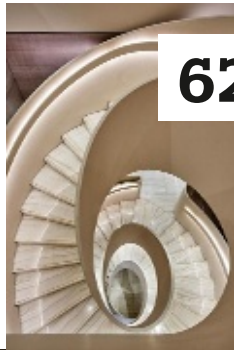
### COVER STORY

- 52 THE DISTRIBUTED BATH / IL BAGNO DIFFUSO**  
TEXT BY / TESTO DI KATRIN COSSETA  
PHOTOS BY / FOTO DI WALTER MONTI

### INTERVIEW

- 58 MR. TIME**  
INTERVIEW BY / INTERVISTA DI GILDA BOJARDI  
EDITED BY / A CURA DI MADDALENA PADOVANI

62



58



84



76



48



66



### PROJECT

- 62 ARMANI AND MILAN, IT WAS A VERY GOOD YEAR**  
**AMARCORD DI UN'OTTIMA ANNATA**  
DESIGN / PROGETTI DI GIORGIO ARMANI  
TEXT BY / TESTO DI ANTONELLA BOISI

### SHOOTING

- 66 RE-DRESSING THE HOUSE / RI-VESTIRE CASA**  
BY / DI NADIA LIONELLO  
PHOTOS BY / FOTO DI SIMONE BARBERIS
- 76 STILE & STILI**  
BY / DI CAROLINA TRABATTONI  
PHOTOS BY / FOTO DI SAVERIO LOMBARDI VALLAURI

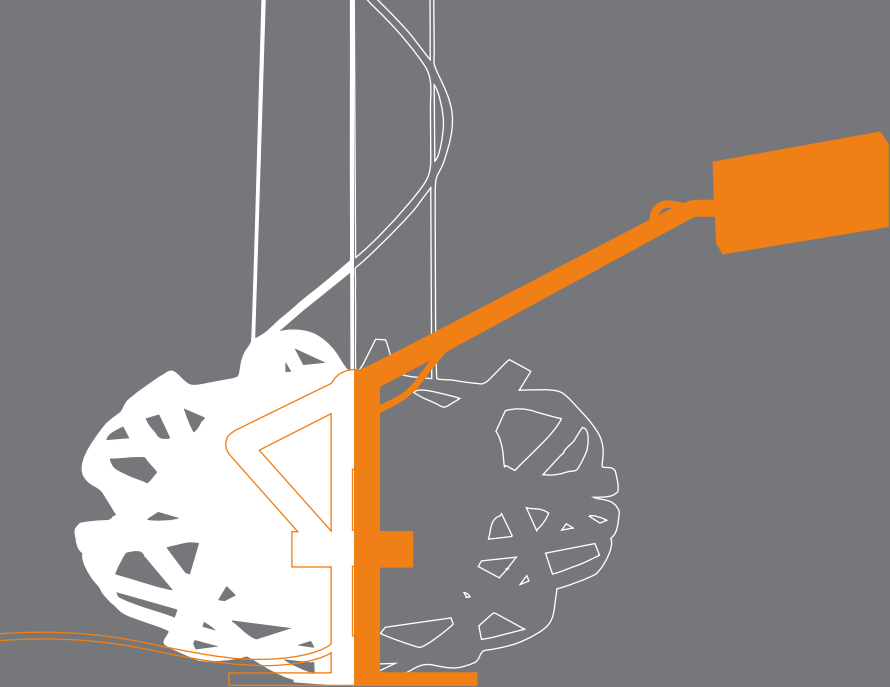
### REVIEW

- 84 DESIGNOFFICINA**  
BY / DI KATRIN COSSETA

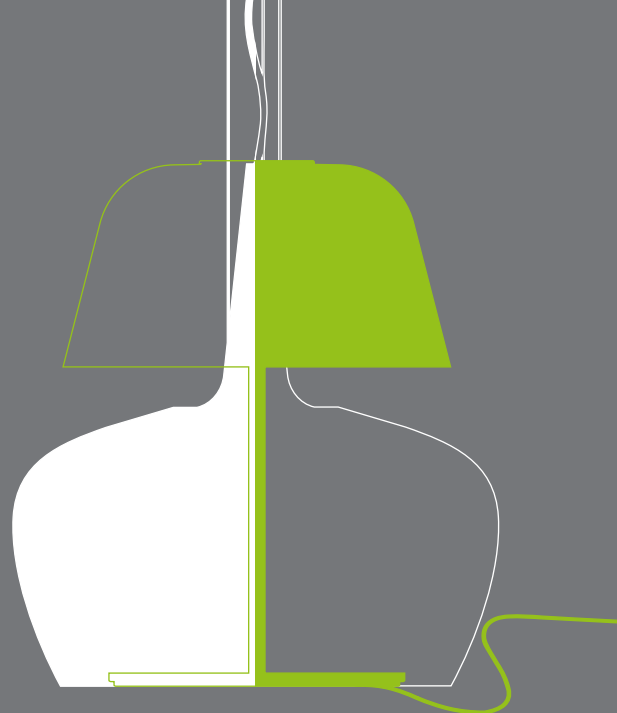
## INservice

92 TRANSLATIONS

110 FIRMS DIRECTORY  
BY / DI ADALISA UBOLDI



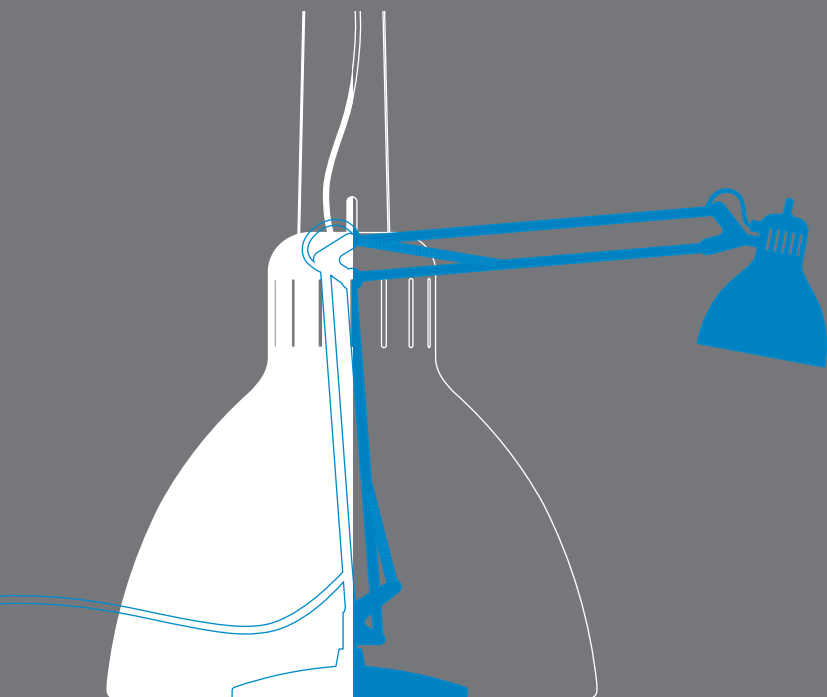
ITRE



# LEUCOS<sup>®</sup>

## LOVABLE LAMPS

A D O R A B I L I L A M P A D E



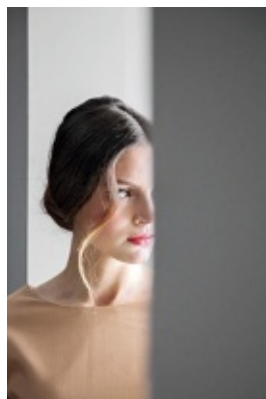
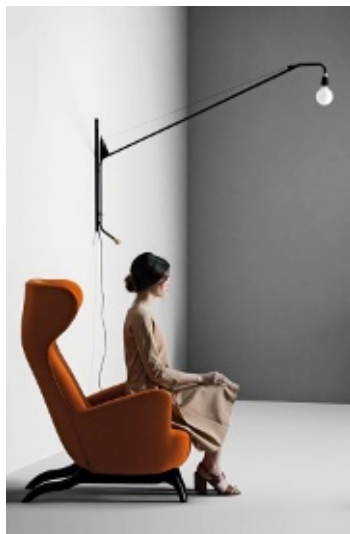
[www.leucos.com](http://www.leucos.com)

MURANOdue  
GALLERY

# zanotta:

divano **William**  
design Damian Williamson

leonardo sommolà (stasinarà/vetta) - styling Elisa Ossino Studio - ph. adriano brusaferri



[www.zanotta.it](http://www.zanotta.it)  
t+39 0362 4981



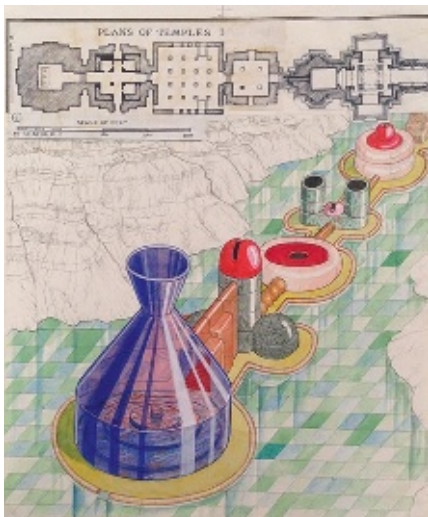


TRIENNALE DI MILANO

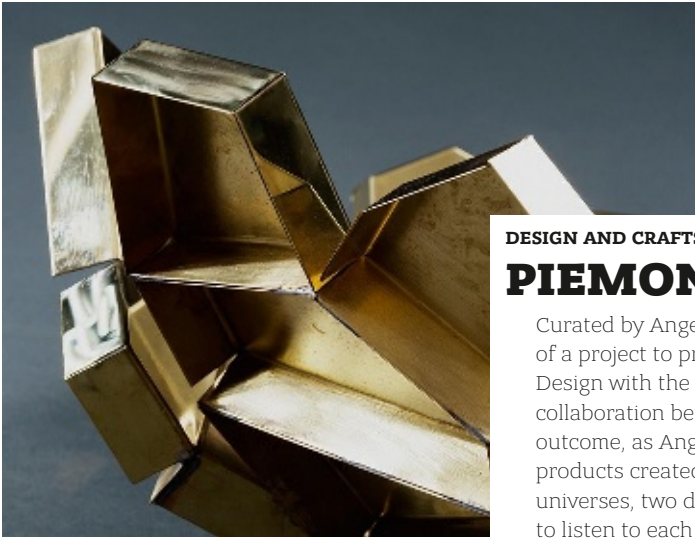
## COMUNITÀ ITALIA

The exhibition on view in Milan until 6 March 2016 on the ground floor of the Palazzo dell'Arte sets out to summarize half a century of Italian history, from 1945 to 2000, choosing the (particular) vantage point of architecture. The 120 works selected as the central nucleus of the show – models, original drawings, but also albums illustrating design details – narrate the complex story of Italian architecture in the second half of the 20th century thanks to wide, exhaustive coverage provided by Alberto Ferlenga and Marco Biraghi, the curators of the show. From Ludovico Quaroni to Ignazio Gardella, Aldo Rossi to Ettore Sottsass, Carlo Scarpa to Renzo Piano, works by the main protagonists who have made the history of Italian design, without overlooking less famous but equally important exponents like Paolo Soleri or Arturo Mezzedini. "Comunità Italia.

Architecture, City, Landscape. 1945-2000, 28 November 2015 – 6 March 2016. *Laura Ragazzola*  
[triennale.org](http://triennale.org)



ABOVE, VIEW OF THE EXHIBITION AND, LEFT, DRAWING BY ETTORRE SOTTASS, ONE OF THE PROTAGONISTS OF THE EXHIBITION IN MILAN.



### DESIGN AND CRAFTS

## PIEMONTE HANDMADE

Curated by Angela Rui, the exhibition "QUI/ORA – IO/NOI. Piemonte Handmade" is part of a project to promote Piedmont crafts organized by the Operae Festival of Independent Design with the support of the Piedmont Region. It contains projects resulting from collaboration between 12 Piedmont-based artisans and 12 Italian designers. The outcome, as Angela Rui writes in her introduction to the catalogue, "is a variety of products created by the contamination between two worlds-subjects, two narrative universes, two design codes that though they coexist and are often , need opportunities to listen to each other, to express themselves, to be activated, to become objects. Each of them reproduces a dimension of the contemporary in which it is easy to recognize the respective historical roots and cultural backgrounds, but together they produce something new." Among the 12 projects, we should mention at least *Libroinfinito* (above), done by Giulio Iacchetti with Alberto Tallone Editore (a book in which the spine positioned at the center of the object separates the sextodecimos into two identical parts, to make reading 'infinite' and circular, while the possible content – to be invented – is put in order by an ABC printed in a font designed by Tallone in 1949), and the *Patch* family of metal objects (left) developed by Paolo Ulian with Reale Restauri (a system composed of brass tiles obtained from flat sheet metal, cut so that only certain parts can be bent, for transformation into a series of three-dimensional modules, each signed by the artisan who did the embossing on the various tiles). A.P.

[operae.biz/piemonte-handmade/](http://operae.biz/piemonte-handmade/)



### MASTER SNAPS

## EXPO IN IMAGES

The headquarters of Fondazione Eni Enrico Mattei (FEEM) has hosted "Franco Fontana: Architectural Abstractions. Photographs of Expo Milano 2015," an exhibition that through 42 photographic works documents the work done by the famous photographer at the site of Expo 2015. The architectural photos of Fontana, all shot outside to document some of the pavilions, offer unusual perspectives with respect to the millions of snapshots (professional and amateur) made during the six months of the Universal Exposition. "I approached Expo with the dazzled gaze of a child," Fontana says (right), "applying my way of make the invisible visible, expressing what we already know, because what is invisible is the soul. What I saw was part of knowledge I already possessed, which I have interpreted and expressed, giving meaning to the forms and offering testimony of the life of the forms themselves. I photograph what I think, thought identifies me. The camera is just a fetish." Furthermore, to go together with the exhibition and thanks to the exclusive and innovative technology provided by the Canon DreamLabo 5000 (which makes it possible to obtain prints in very high definition with respect to traditional formats, with zero environmental impact), an HDbook has been produced, in a limited edition of 184 copies, including a selection of works by the artist.

[feem.it](http://feem.it)





**FLEXFORM**

FLEXFORM | MADE IN ITALY

Home at last.



**SOFT DREAM DIVANO COMPONENTE**  
*design by Antonio Citterio*

**FLEXFORM**

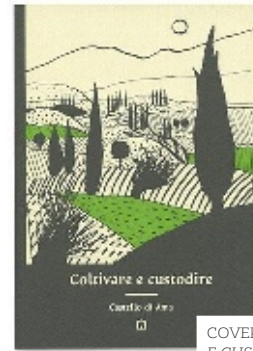
[www.flexform.it](http://www.flexform.it)







LORENZA PALLANTI  
AND MARCO SEBASTI,  
OWNERS OF CASTELLO  
DI AMA.



COVER OF COLTIVARE  
E CUSTODIRE  
(CORRAINI EDITORE).

### PRIVATE COLLECTIONS

## TO CULTIVATE AND CONSERVE

In the hills of Chianti the village of Ama (Siena) was chosen by Marco Pallanti and Lorenza Sebastì as the site of their company that produces oil and wine (second in the 2014 rankings of the American magazine Wine Spectator, considered the bible of wine; among the 18,000 wines sampled the Chianti Classico San Lorenzo Gran Selezione 2010 of Castello di Ama was the only Italian wine to make the Top Ten), and of their project "Castello di Ama for Contemporary Art," created in 2000 in collaboration with Galleria Continua of San Gimignano and its famous artists, from Louise Bourgeois to Anish Kapoor (the installations at Ama now form one of the most important private collections of contemporary art in Italy). The story of Castello di Ama is now narrated by *Coltivare e custodire* (Corraini editore), a book on the extraordinary path of devotion to the land and love for the beautiful and brainy, illustrated with watercolors by Federico Maggioni and photographs by Alessandro Moggi. Dating back to the 12th century, Castello di Ama – which recently opened, inside the 18th-century Villa Ricucci, three eco-tourism suites named for its finest crus (San Lorenzo, Apparita, Bellavista) and furnished by Edra, as well as a restaurant run by Giovanni Bonavita, the family chef – can be visited, by reservation, by writing to [info@castellodiama.com](mailto:info@castellodiama.com) or by calling 0577-746031.

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



THE COVER OF  
MILANO. LA CITTA' DI  
ESTERNI, DAL 1995.

### PUBLIC SPACES

## MILAN. THE CITY OF ESTERNI, SINCE 1995

The first twenty years (1995-2015) of the cultural association Aprile, later renamed Esterni, constitute two decades of utopian and maybe even revolutionary practice in public spaces in Milan (and elsewhere), documented in a book (440 pages and over 850 photographs, Pixartprinting) "created in Milan, Istanbul, New York and Reggio Emilia, from May to November 2015." "We have theorized a utopian city because we have always been in public space (...), a trench from which to defend an idea of cultural enterprise that works to increase the common weal. What you will read here is a journey in the 'possible' cities of Esterni, objects-subjects of culture and communication," write Lorenzo Castellini and Beniamino Saibene, founders of Esterni. In short, a book that looks like a guide, at first glance – though it isn't – for a different Milan, composed of public spaces and shared interests. Chapters include: Where to Stay, How to Get Around, Where to Eat, Drink and Make Merry, Where and What to Buy, Parks and Agriculture, Streets, Squares and Particular Places, From Art and Museums to Fashion, Cinema and Design. O.C.

[esterni.org](http://esterni.org)



THE SUBDIVISION OF THE BOOK  
INTO CHAPTERS.



LE EMOZIONI NON VANNO RACCONTATE, VANNO VISSUTE.



design Paola Navone - ph. Andrea Ferrari

Milano, largo Augusto 1 · Roma, via Gregorio VII 308/310 | [www.baxter.it](http://www.baxter.it)



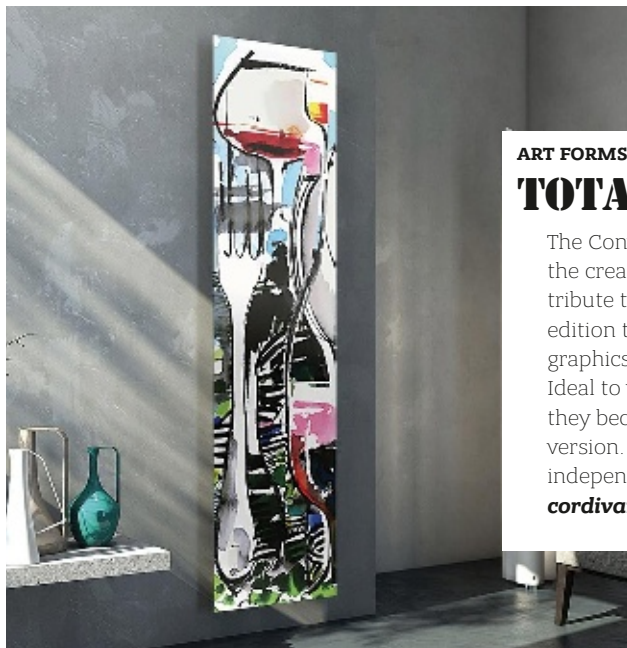


LIGHT ALUMINIUM

## AESTHETIC AND FUNCTIONAL QUALITY

The new Book radiator by Caleido rethinks the role of heating elements in the home, transforming them from simple sources of warmth into decor objects. Designed by Marco Piva, it introduces a new material for the company: aluminium. An excellent heat conductor, the aluminium sheet has one or two slight bends at the extremities to add lightness and sculptural impact to the radiator. Available in a range of finishes, sizes and colors, it can be installed in residential settings and public facilities. Measurements: 800H X 500L; 1200H x 500L; 1600H X 500L. Finishes: available in all the colors of the Caleido RAL range. Hydraulic or electric models.

[caleido.it](http://caleido.it)



ART FORMS

## TOTAL COLOR

The Convivium radiators by Cordivari Design, from the creative verve of the artist Mariano Moroni, are a tribute to the Universal Exposition of 2015. A special edition that reflects the themes of the Expo, with fresh graphics that focus on Mediterranean food culture. Ideal to warm up the atmosphere in the dining room, they become protagonists when used in the triptych version. The series, however, is made so every piece is an independent work, also for individual display.

[cordivari.it](http://cordivari.it)

CHAOS AND ORDER

## RHYTHMICAL SEQUENCE

Piano Move by Ridea is a thermohydraulic system with appealing design that offers an innovative solution in the heating sector.

The parts are inclined, alternating protruding and recessed movements in a rhythmical sequence of great aesthetic impact.

Designed by Meneghello Paoletti Associati, the project has a strong personality, developed to be the protagonist of large spaces and to add character to smaller rooms. Made in recycled aluminium, the unit reduces weight and calls for a low quantity of water, guaranteeing rapid heating.

[ridea.it](http://ridea.it)







TECHNOLOGY AND DESIGN

## THERMAL PROWESS

Inspired by the formations of eroded sandstone and limestone of Bryce Canyon, the vertical aluminium sections of Bryce Plus by Vasco create games of light that change with the different positions of installation. The large radiator sums up technology and design capable of offering thermal power gain of up to 30%. The new accessories like the towel bar and garment rack have a range of fluo colors or come in neutral black, in a range of different forms.

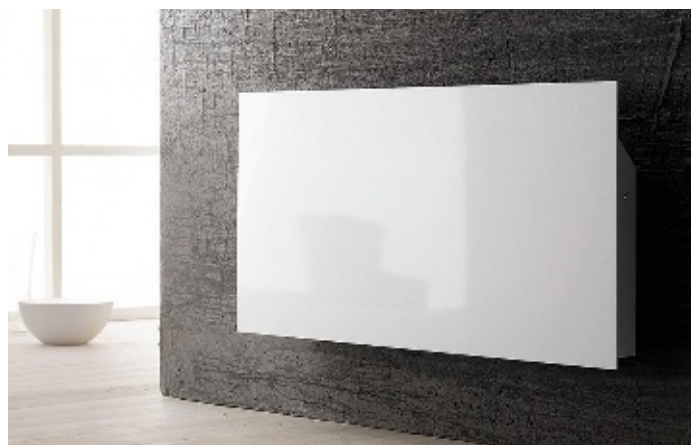
[vasco.eu](http://vasco.eu)

ONLY ELECTRIC

## SMALL SIZE

The Tavola Mo line by Antrax, with its clean, simple design, evokes the geometric character of the other items in the collection. In this case the radiator, available only in the electric version, has been conceived for a small space (900L X 460H X 113P mm), making positioning simple. Though it is compact, Tavola Mo takes full advantage of the Antrax IT technology, quickly warming spaces thanks to thermal power that can reach a level of 1500 watts. Mostly in aluminium alloy, it comes in over 200 color variants.

[antrax.it](http://antrax.it)



INVISIBLE TECHNOLOGY

## HIGH PERFORMANCE

Vitalo by Zehnder (design King & Miranda) stands out for the use of high-quality materials and particular thermal efficiency, thanks to substances like aluminium, copper and graphite. These materials guarantee low water content, just 16 mm of depth and reduced weight (50% less than traditional towel warmers). At the same time, the use of materials that are good heat conductors ensures rapid response and optimal heating power. Depending on the height, one or two slightly curved grooves warm the hand towels and bath sheets.

[zehnder.it](http://zehnder.it)



BUILT INTO THE STRUCTURE

## HANDY ACCESSORIES

New accessories for Bit (designed by Brian Sironi), the first decor radiator by Antoniolupi. The towel bar and hook are built into the structure of the radiator to offer handy accessories. Made in 100% recycled aluminium, Bit comes in all the catalogue colors. The slight protrusions in a rhythmical sequence trigger a game of light and shadow that makes the unit sculptural, like a contemporary bas relief.

[antoniolupi.it](http://antoniolupi.it)



# LookINg AROUND

## SOUND DESIGN

### FULL COLOR

## URBAN STYLE

Headphones are always part of your personal outfit, worn and displayed by those who want to hear music everywhere. This is why they require good looks and trend-setting features, becoming fashion accessories to choose based on particular tastes and styles, in line with your personality. With the h.ear line Sony has made headphones a true style symbol, combining the great sound quality of high-res audio with original design. Color is the distinctive feature: Lime Yellow, Viridian Blue, Charcoal Black, Bordeaux Pink, Cinnabar Red.

[sony.it](http://sony.it)



### TECH FURNISHINGS

## DESIGN VINTAGE

*Evolve Mio by Sanderson is the new digital radio (FM and DAB+) by Pure with a vintage design, created in collaboration with Sanderson, the British manufacturer of fabrics and wallpapers. The radio comes in two versions (Sanderson Chelsea and Dandelion Clocks), and thanks to bluetooth it can be used as a speaker for your smartphone, to listen to streamed music. Auxiliary port for iPod/MP3, alarm clock with snooze function, kitchen timer, high quality OLED display and remote control. The optional rechargeable battery offers 12-15 hours of wireless listening.*

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



### COVERED IN WOOL

## FOR DOMESTIC SETTINGS

BeoPlay A6 is the wireless speaker by Bang & Olufsen with the form of an arch, covered in wool by the Danish designer Jakob Wagner. It can be connected to smartphones and other devices via bluetooth, airplay and DLNA. It comes with two 5.5 inch woofers and 60 watts of power, two 0.75 inch tweeters at 30 watts, and a full-range 1.5 inch speaker at 60 watts, each with its own amplifier. Besides control via app, BeoPlay A6 comes with a manual touch control system: sliding left or right on the upper border, the user can adjust volume with one finger, controlling on-off and mute functions as well.

[bang-olufsen.com](http://bang-olufsen.com)





ph. b. saba a.d. emiliana martinelli [www.martinelliluce.it](http://www.martinelliluce.it)



  
martinelli luce®

**CYBORG**  
KARIM RASHID  
2015



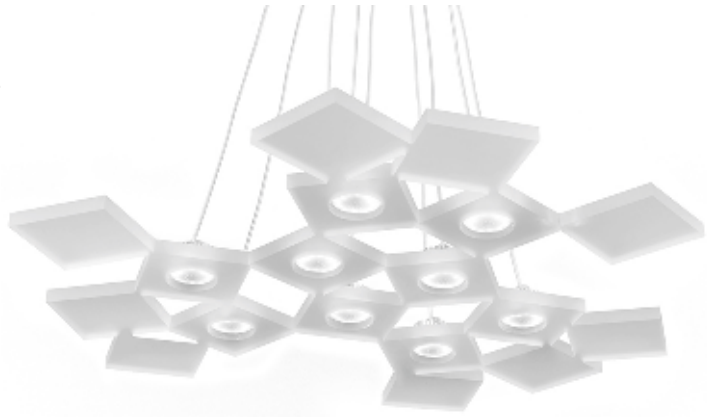
### MATERIAL AND TECHNOLOGY

## IN-FORMAL LIGHT

A single block of methacrylate hollowed with laser technology: the Track family is a series of suspension lamps with three, eight or nine lights, designed by Roberto Giacomucci for Emporium. "The idea was to make maximum use of the potential of methacrylate," says Giacomucci, "taking the thickness to the limit of strength and thus creating a lighter form, which would have been technically impossible to obtain with an amorphous material such as glass, for example." The

project involves a particular finish for the methacrylate, developed by the company: a silk-effect paint that makes it possible to achieve optimum diffusion of the light emitted by the LED modules set into the sheet, offering the possibility of wider use also in contract applications, offices and stores. Details and support in painted metal.

[emporium.it](http://emporium.it)



### FOR THE TABLE

## ORIGINALITY UNTITLED

25 square meters for homeware designed by Massimiliano Locatelli, opened in November, in the heart of Milan. A large bookcase adds character to the space containing original packaging in recycled cardboard for the new offerings of Untitled Homeware presented for the opening of the store. An original collection designed by Massimiliano Locatelli to explore a new style of table setting, in constant evolution, easy to personalize, for free mixing of different elements made by hand in the catalogue of Untitled Homeware, or for combination with old table services already in use, permitting infinite and different combinations.

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

### NEW FINISHES

## THE ABET STAR

The latest entry in the eclectic universe of products by Abet laminati is the new Polaris finish. The result of the company's stylistic and technical research, as a leader in the production of decorative plastic laminates, Polaris stands out as a surface offering unique performance: warm and soft to the touch, highly resistant to scratching, heat and impact, and always free of fingerprints. Ten shades of color make up the chromatic range of Polaris (in the photo) in which the extreme matte look is organized in five cool and five warm tones: from deep black to luminous white, passing through shades of sand, soft pearl gray or dark, striking gray. The curious combination of durability and softness, and the impact of the basic colors, make Polaris a surface with futuristic appeal, ideal for contemporary projects. *N.L.*

[abet-laminati.it](http://abet-laminati.it)





— the  
experience  
of space



CLOUD SOFA + SELECTA SYSTEM

imm cologne  
18-24 January 2016  
Visit us at Design Post

London Flagshipstore  
183 Kings Road

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





*New spaces, as indicated in the title of the event held in Zurich in November. Now at its 8th edition, the main showcase of design in Switzerland*

HONMINOSHI GARDE, THE INSTALLATION BY ATELIER OI TO INTERPRET THE JAPANESE CULTURE OF WASHI PAPER.

## SWISSNESS AT NEUE RÄUME



**N**eue Räume seems like a festive moment to attract an audience (generic and professional) that speaks German. Central Europe, the event's DNA, for a gathering in pavilion ABB (a fine example of industrial archaeology) of about 100 exhibitors of furniture, lights, bath furnishings, kitchens and fabrics, mostly from Switzerland and Germany. With a few incursions of international names like Knoll and Tom Dixon, and a relatively large Italian contingent including Arper, Artemide, Cattellani&Smith, Lollo&Memmoli, Plinio il Giovane and Riva1920.

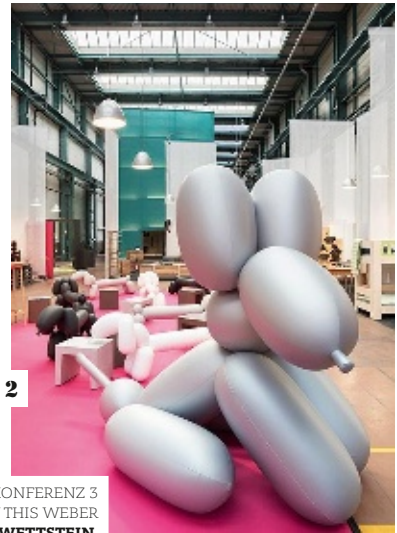
The new products presented were few, but that is not the aim of a fair that conveys a clear impression: it is held in a context with plenty of buying power and a lively market for real estate and construction. And it is no coincidence that the curator of Neue Räume is an





1

1. VIEW OF THE EXHIBITION SWISS MADE -CH MOTEL, A GROUP SHOW OF SWISS FURNITURE PRODUCERS SET UP BY BENJAMIN THUT. 2. THE LOUNGE SPACE ORGANIZED BY FATBOY IN THE YOUNG LABELS AREA.



2

3. THE KONFERENZ 3 TABLE BY THIS WEBER FOR WETTSTEIN, OFFERED WITH DIFFERENT TYPES OF TOPS. 4. PLOP FROM THE ZOOM COLLECTION BY KINNASAND, A CELLULAR DESIGN FABRIC IN POLYESTER AND POLYAMIDE. DESIGNED BY ISA GLINK.



3

4. PLOP FROM THE ZOOM COLLECTION BY KINNASAND, A CELLULAR DESIGN FABRIC IN POLYESTER AND POLYAMIDE. DESIGNED BY ISA GLINK.



6

5. OVOLO DESK BY MORITZ SCHMID FOR RÖTHLISBERGER, MADE WITH THE WOODWELDING TECHNOLOGY DEVELOPED BY WÜRTH. 6. RÉVÉRENCE DINING TABLE WITH FOLDING LEGS BY ATELIER OI FOR RÖTHLISBERGER.



5

4

architect, Stefan Zwicky, who this year focused the fair on the theme of the relationship between architecture and design because, as he says, "when you invest in a building, the materials that create the living space, the atmosphere and the decor potential involve a major decision-making process. The four special exhibitions we have grouped under the name mobile/immobile rotate precisely around this relationship between spaces and their decor." In the city of Zurich, which due to its international atmosphere and high quality of life attracts many design professionals, several stores and galleries came up with some special presentations. The most important was the exhibition at Architekturforum on the father of Swiss modern design, Hans Bellmann (trained at the Bauhaus), clearly an influence on many Swiss creative talents, like Alfredo Häberli and Atelier Oi, or promising new entries like This Weber and Moritz Schmid. ■ K.C.



# LookINg AROUND

FAIRS



## LIFE STYLE NEWS

For the kitchen, the table, the living room: a short overview of the new objects presented during the September edition of *Homi*, the lifestyle event of Fiera Milano. *Design and know-how on display, with an accent on quality, research and internationalism*





CELATA STAINLESS STEEL BASKET, IN NATURAL FINISH OR COLORED WITH BLACK AND ORANGE EPOXY RESIN. DESIGNED BY GIULIO IACCHETTI FOR **ALESSI**.  
 CHIAROSCURO CERAMIC PITCHER IN DIFFERENT COLORS, BY MIST-O FOR **L'ABITARE**. DISTRIBUTED BY CORRADO CORRADI.  
 VASE IN ALUMINIUM AND ENAMEL FROM THE STOCKHOLM AQUATIC LINE BY BERNADOTTE & KYLBERG FOR **STELTON**, DISTRIBUTED BY SCHOENHUBER. RED DOT AWARD 2015.  
 PLEKTRA STOOL-TABLE IN NATURAL OR STAINED VENEERED WOOD, BY INEKE HANS FOR **IITTALA**.  
 FIST CERAMIC VASE, FINISHED IN GOLD LEAF OR IN THE COLORS GREEN, BLUE, RED AND YELLOW, A LIMITED EDITION PRODUCED BY **CLETO MUNARI**.

**DESIGN COMPETITION** With the Design Competition organized by the Lombardy Region in collaboration with Unioncamere Lombardia and ADI Associazione per il Disegno Industriale, the winter edition of Homi opens at the end of January (on the 29th, until 1 February). The competition, a component of the format launched by the fair, calling for agreements and partnerships with associations for the promotion of design, selects 40 projects by designers under 35, in the field of objects for the home and person, made by 40 Lombard manufacturers with an eye on new trends, all showing their wares at Homi. The projects will be presented to the companies during the January edition, and then Homi, with a jury of experts, will select the ideas and match them with companies that will produce the prototypes for the next edition of the fair in September. ■

*Nadia Lionello - photos by Simone Barberis*

# LookINg AROUND

FAIRS



BOROSILICATE GLASS PITCHER  
IN TWO COLORS FROM THE  
TEQUILA SUNRISE COLLECTION  
OF MIST-O FOR **ICHENDORF**,  
DISTRIBUTED BY CORRADO  
CORRADI.  
CUMULI VASE WITH BASE  
IN WHITE CARRARA MARBLE,  
TURNED BY HAND, AND BUBBLES  
IN TRANSPARENT OR TURQUOISE  
COLORED BLOWN GLASS.  
DESIGNED BY GUMDESIGN  
FOR **IVV**.  
COLY COIL FOR PAPER NAPKINS,  
CRISPBREAD, WAFERS, LETTERS  
AND DOCUMENTS. DESIGNED  
AND PRODUCED  
IN BOROSILICATE GLASS  
PRODUCED BY **R&D BLUESIDE**.







BOTTLE, GLASSES AND FLÛTES FROM THE CARNIVAL COLLECTION IN BOROSILICATE GLASS, PRODUCED BY **CRISTALLERIA GALBIATI**  
 CHEF 255 MM KNIFE FROM THE BE-KNIFE COLLECTION IN STEEL, PRODUCED BY **KNINDUSTRIE** IN COLLABORATION WITH **COLTELLERIA BERTI**  
 LUSTRO MIRROR WITH CERAMIC FRAME, SPECIAL EDITION MADE WITH THE ANCIENT LUSTRE GLAZE TECHNIQUE PRODUCED BY **CERAMICA MADE IN UMBRIA**  
 'MIGUEL & THE BIG KAHUNA,' DECORATIVE FISH DESIGNED AND PRODUCED IN ECO-FRIENDLY MDF BY **MIHO UNEXPECTED THINGS**

ON THESE PAGES, IMAGES OF THE FALL 2015 EDITION OF HOMI, WITH THE VARIOUS THEME SECTIONS.

**1.** THE 'DESIGNER CREATIONS' AREA FOR EMERGING YOUNG TALENTS. **2.** 'HOMISPHERE' IS THE HOMI CONCEPT THAT INTERPRETS NEW LIFESTYLES IN TERMS OF FOOD AND WINE, HOSPITALITY AND CONTRACT. PHOTO: SIMONE BARBERIS



1



2



3

**3.** CORRADO PERABONI, CEO OF FIERA MILANO.  
**4.** TWO DETAILS OF THE EXHIBITION 'THE MAGNIFICENT FORM' THAT COMBINES DESIGN AND CRAFTS, ALL MADE IN ITALY. PHOTO: SIMONE BARBERIS

# HOMI: CREATIVITY MADE IN ITALY

A conversation with Corrado Peraboni, CEO of Fiera Milano, to learn about the DNA of a fair with an international flair



4

**A**t the helm of Fiera Milano since April 2015, he already has a clear view of the challenges and priorities: Corrado Peraboni, CEO of one of the most important international trade fair facilities, talks about the future of Homi, the lifestyle fair, held at Fiera Milano from 29 January to 1 February 2016. *What is the DNA of a successful trade fair, in your view? Should it be a laboratory of ideas, a place of encounters, a stage for trends, a business facilitator?*

All that and more, though I would like to concentrate on two aspects. First, the level of internationalism, an indispensable characteristic to be competitive: in the booths of the fair visitors have to meet companies that

they would otherwise not have a chance to know about. Second, the ability to exhibit everything that is about to happen.

*But how can you see into the future?*

By searching for Italian creativity, to reveal the 'mines' of ideas that Italy has in abundance. There lies the future. It is not possible to compete with the big international companies in the home and decor sector without offering exhibitors and visitors a distinctive character of excellence, different from all the others, because it is strong and clearly visible. And we can do just that, as the past has proven...

*Which past do you have in mind?*

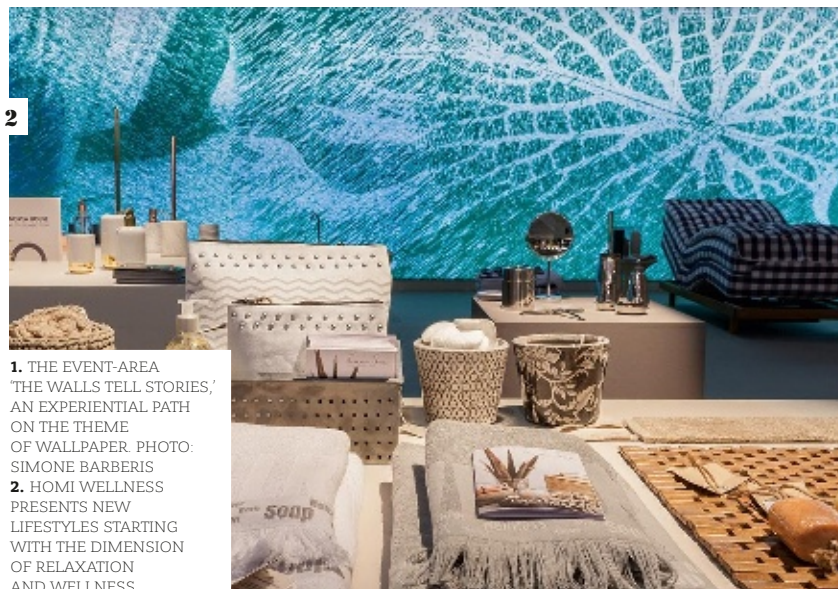
The history and particular personality of a fair that has helped many companies





1

2



1. THE EVENT-AREA 'THE WALLS TELL STORIES,' AN EXPERIENTIAL PATH ON THE THEME OF WALLPAPER. PHOTO: SIMONE BARBERIS

2. HOMI WELLNESS PRESENTS NEW LIFESTYLES STARTING WITH THE DIMENSION OF RELAXATION AND WELLNESS IN THE HOME.

3. HOMI KIDS STYLE PRESENTS PRODUCTS, SCENARIOS AND STYLES FOR KIDS. PHOTO: SIMONE BARBERIS

4. HOMI TEXTILES EXPLORES THE WORLD OF TEXTILE MANUFACTURERS AND EDITIONS IN INTERIOR DESIGN (MISSONI).

3



4

to grow. Just consider the fact that many important international brands began their path of success precisely thanks to Macef: today, our aim is to make the 'new champions' of Made in Italy grow, giving them a chance to find the right situation in which to meet international producers and buyers.

**So the idea is to bring Homi new ideas, and to make them grow...**

Exactly. In a new way, of course, with respect to the past, and with technologically advanced tools. We have to become a hotbed of talents in the design sector and enter the 'garages' of Italian creativity. Because our crafts workshops, our start-ups and our schools can become places of innovation, just like the 'garages' of Silicon Valley in California, where the high-tech industry of the future was born. But there is a difference: our 'garages' are very numerous, so the potential is even bigger.

**But how do you find them in the territory?**

This brings us to another new development for Homi: the partnership with public and private players to discover entrepreneurial realities of value and quality. I'd start with the

important collaborations and synergies activated with CNA, the National Confederation of Crafts and Small-Medium Businesses, with ARTEX, the Center for Artistic and Traditional Crafts of Tuscany, and also with the sector associations Art, Anima and SMI. In the edition at the end of January 2016, Homi also 'bonds' with ADI and Unioncamere Lombardia, to make room for young creative talents from Lombardy, supporting the Design Competition organized by the Lombardy Region, which will continue at future editions of the fair.

**So much for scouting on a national level. On an international scale, what are the winning moves for Homi?**

Today the buzzword is 're-emerging markets,' meaning traditional markets that have resumed growth after the crisis, like the United States, Canada and Japan, though without overlooking

new and dynamic international players like Iran and Colombia. Once again, an important partnership, with ICE, the Italian Institute for Foreign Trade, is helping us to meet this new challenge.

**Future goals?**

To bring Homi to very high standards of excellence, also regarding the offering of services. I like to say we should become a like a 'TripAdvisor champion,' namely having excellent reviews as a fair, like a 5-star hotel. For example, we are thinking about agreements with airports to offer our visitors fast-track services; soon we will have a Buyers Lounge here in the Fair, and 'stations' scattered amidst the booths to offer exhibitors online services. In short, the idea is to make the fair 'attractive and easy.' It is already attractive: the 'container' is a work of architecture of great value (by Massimiliano & Doriana Fuksas, ed.) and we're achieving great 'content' results in terms of quality and innovation. Accessibility has also been boosted, thanks to Expo, which has brought a very important injection of credibility. ■

Laura Ragazzola

KYTE SHELF, THE SYSTEM  
DESIGNED FOR **KARTELL**  
BY PATRICIA URQUIOLA  
AND MADE IN  
THERMOPLASTIC  
TECHNOPOLYMER WITH  
A CENTRAL METAL PIVOT.  
AVAILABLE IN THE COLORS  
CRYSTAL, PINK, BLUE,  
AMBER AND GREEN.

## GRAPHIC WALLS

Not just practical places to put books or objects.  
*Shelves can play the role of vertical decorations:*  
versatile *graphic signs* of great decor impact

**R**educing the form and principle to their essence, one reaches the primordial sign of the intersection of Cartesian axes. The shelf is liberated from the classic configuration of the single horizontal surface, and generates orthogonal choreographies that can be virtually replicated to infinity. For Kartell, Patricia Urquiola develops a minimum sign in the Kyte Shelf, a simple L, whose graphic efficacy is based on repetition. The structure of Randomissimo by Neuland Design for



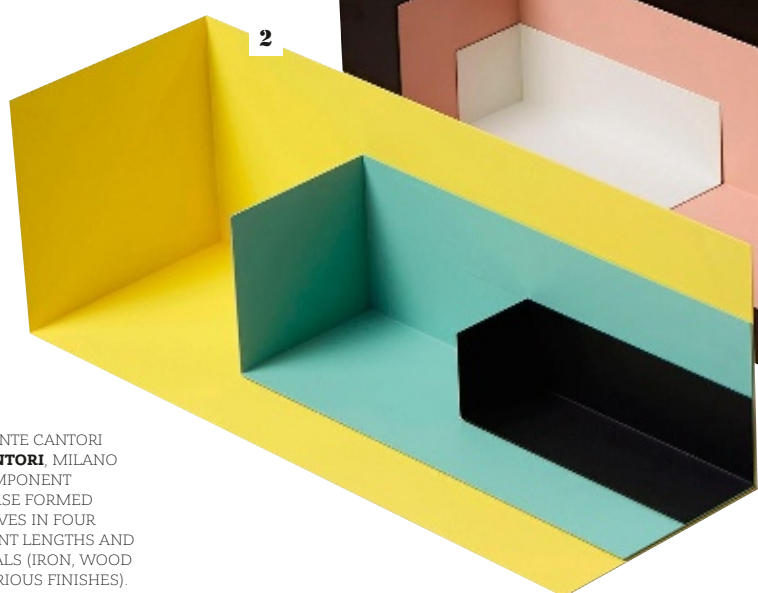




**1**

**1.** AN EVOLUTION OF THE RANDOM MODEL, RANDOMISSIMO (DESIGNED BY NEULAND INDUSTRIEDESIGN FOR **MDF ITALIA**) IS A MODULAR SHELVING SYSTEM IN STEEL SHEET (THICKNESS 2.5 MM) POWDER-COATED IN THE COLORS WHITE AND GRAPHITE GREY. THE OBJECT COMPARTMENTS ARE FINISHED WITH BACKS CLAD IN ARTIFICIAL FIBER IN THE COLORS WHITE, BLACK, GREY, DOVE GREY, RED, YELLOW AND BLUE.

**2.** CREATED BY KYUHYUNG CHO FOR **MENU**, CORNER SHELF IS A COLLECTION OF SHELVES COMPOSED OF A BASIC SURFACE AND TWO OTHER ELEMENTS OF SMALLER SIZE, TO GIVE RISE TO DISTINCT DIVIDER SPACES. THE SYSTEM CAN BE PLACED ON A DESK, IN THE CORNER OF A ROOM, OR ATTACHED TO THE WALL.



**2**

**3.** BY SANTE CANTORI FOR **CANTORI**, MILANO IS A COMPONENT BOOKCASE FORMED BY SHELVES IN FOUR DIFFERENT LENGTHS AND MATERIALS (IRON, WOOD AND VARIOUS FINISHES).



**3**

MDF Italia is more complex. The shelves and vertical posts in sheet metal form labyrinthine routes, also generating small compartments for objects. The proposal from Cantori, on the other hand, enhances the essential sign with a multiple selection of materials. Menu, with the Corner Shelf project by Kyuhyung Cho, focuses on planes instead of lines, treated as surfaces full of color, to be assembled in different ways. ■ K.C.

From the designers without frontiers Lanzavecchia+Wai, a collection proudly made in Singapore that with lightness sheds light on linguistic originality and entrepreneurial spirit in Southeast Asia



## PLAYFUL DESIGN



In the collective imaginary Southeast Asia is a place with a wealth of crafts culture, often hastily relegated to the vague aesthetic galaxy of ethnic style. From Singapore, a design story with a playful, light approach interprets the dynamism of the entrepreneurial, social and aesthetic reality of the area, with surprising results. PLAYPlay is the name of a “brave, bold and flavorful” furniture collection, as its authors, the duo Lanzavecchia+Wai, like to say,

marking the passage from distributor to producer of Journey East, for 20 years a dealer and select shop of vintage furniture and recycled wood, with stores in Singapore and Indonesia. “The DNA of Journey East is light and playful, like the productive context of Indonesia where the collection was born,” says Francesca Lanzavecchia, “and from the start we were involved in defining a new vocabulary for the brand, looking for materials, forms

and colors that would forcefully assert the essence of ‘proudly made in Southeast Asia’ and would respond to the tastes of young new homeowners in Singapore.”

All the elements of PLAYPlay are designed with a visual or functional twist: the Accordion cabinet, when observed from different vantage points, reveals different chromatic and materic aspects, while Bazaar comes from the combination of a desk and a bookcase, Pong is a dining & ping pong table, and the coffee tables (Hamburger) are ready for use as trays, doubling the surface when guests arrive. “The main material is Indonesian mahogany, combining this native wood and its warm color with the hues of local spices, fruits and fabrics.” The ‘seriously playful’ approach is part of the studio’s design signature: “For us, play is fundamental, taking us into the dimension where we are truest, a dimension of lightness but not of foolishness. We think each of our projects has to deserve to exist, and has to express humanity: we want to bring humanity back into everyday life.” ■  
Katrin Cosseta





# Beauty vs. the World

## **Combattiamo per la bellezza.**

Come l'acqua, il cibo o l'aria.  
Dal primo all'ultimo sbocciare.  
Respiriamo bellezza.  
Cresciamo in lei e rendiamo  
il mondo migliore.  
È il filo che ci unisce.  
Batte da cuore a cuore.  
*Doki-Doki*

Quando viviamo bellezza, la condividiamo.  
Quando condividiamo bellezza, vinciamo.

Difendi la bellezza.  
Dona alla tua pelle la forza di cui ha bisogno.

**Ultimune**  
**Power Infusing Concentrate**



**SHISEIDO**  
GINZA TOKYO



# Looking AROUND

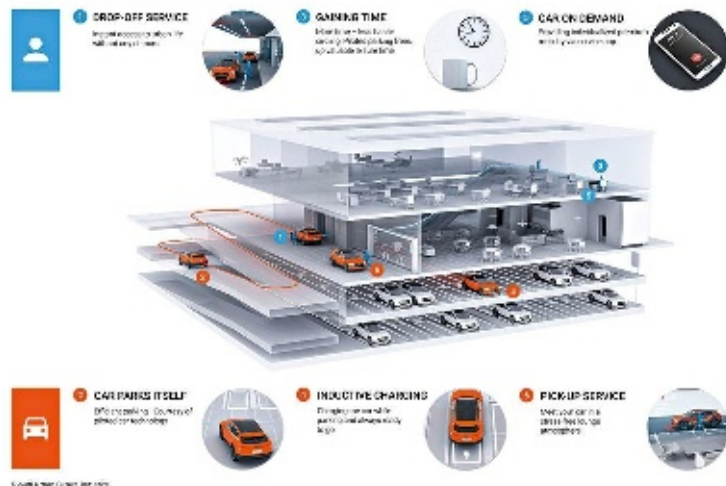
## PROJECT

1. DIAGRAM OF THE FUNCTIONING OF PILOTED PARKING.  
2. RUPERT STADLER, CEO OF AUDI, TOGETHER WITH REPRESENTATIVES, CONSULTANTS AND DESIGNERS OF THE URBAN PARTNERSHIPS OF SOMERVILLE AND SANTA FE.



2

### ADVANCED ARRIVAL URBANIZING PARKING



1



3. AUDI RS7 "ROBBY," SELF-DRIVEN AUTO PROTOTYPE. THE TECHNOLOGY WILL BE AVAILABLE STARTING WITH THE NEXT GENERATION OF THE A8, THE TOP-OF-THE-LINE SEDAN.

Audi announces a partnership with Boston and Mexico City, where increasingly smart cars contribute to develop the smart cities of tomorrow

Five years after the launch of the Urban Future Initiative, the research promoted by Audi is starting to produce concrete results. For the Smart City Expo World Congress held in Barcelona in November, Audi officially announced its collaboration with Somerville, a suburb of Boston, and Santa Fe, the business district of Mexico City, presenting the vision of a system in which the automobile takes part in improving the quality of life, giving space back to the city and time back to people. In a new development of Somerville known as Assembly Row, piloted parking has been tested: the car parks itself in specially designed structures not accessible to people, for space savings of about 60% and maximization of real estate value. In another area of Somerville, Union Square, experiments are being conducted on mobility solutions, aimed at improving the quality of urban life. At Santa Fe, one of the most important business districts of the Mexican megalopolis plagued by constant traffic, big data are being collected, supplied by drivers, to develop a mobility management system based on sharing. For Rupert Stadler, CEO of Audi, the next step is to share the experiences and solutions developed in these open-air labs with other cities in the world, laying the groundwork for over 75% of the infrastructures of the cities of tomorrow, in keeping with estimates of what still needs to be built. These partnerships represent the enormous potential of collaborations between cities, without which any revolution of mobility would soon end up in a state of paralysis. The car that drives itself already exists, and it is only the beginning. ■ Michelangelo Giombini



3



TROVI PIÙ  
RIVISTE  
GRATIS

[HTTP://SOEK.IN](http://soek.in)



# Sveglia la forza che è in te.

**20 anni di ricerca** sono concentrati in questo trattamento rivoluzionario. Un gesto quotidiano semplice ed essenziale che **restituisce alla tua pelle la sua forza e il suo potere di autodifesa**. Dopo 4 settimane di utilizzo\*, 208 donne giudicano la propria

pelle più forte (87%), più liscia (96%) e più resistente alle aggressioni (71%).

\* Test di autovalutazione soggettiva.

Difendi la bellezza. Dona alla tua pelle la forza di cui ha bisogno.

**Ultimune**

**Power Infusing Concentrate**

**SHISEIDO**  
GINZA TOKYO



DA OGGI C'È

INTESA SANPAOLO CASA.



INTESA  SANPAOLO

Scopri la nuova società del Gruppo Intesa Sanpaolo pensata per chi vuole vendere, ristrutturare o comprare casa.

Trova le nostre agenzie su [intesasnpaolocasa.com](http://intesasnpaolocasa.com)

Messaggio pubblicitario con finalità promozionale.

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

 INTESA SANPAOLO  
CASA



CARLOTTA DE BEVILACQUA, VICE-PRESIDENT OF ARTEMIDE AND PRESIDENT OF DANESE. IN THE PHOTO BY LEA ANOUCHINSKY.

## THE RIGHT LIGHT

It was supposed to be an *interview* about the projects done by *Artemide* for the lighting of *artworks* and *museums*, but our encounter with *Carlotta de Bevilacqua* became something more: a reflection on the *role of light* in contemporary society

**T**he idea of an interview with Carlotta de Bevilacqua on the increasingly close ties between Artemide and the world of art – starting with some technical lighting projects of the company, like the one for the new setting for the *Pieta Rondanini* or for the cupola of the new Louvre in Abu Dhabi by Jean Nouvel – is transformed, due to her torrential enthusiasm (as vice-president of Artemide and president of Danese), into wider-ranging reflections on the role of light in contemporary society. “If the last century was that of electronics, this is the century of photonics: the science of light. The century in which light can process and transport data and images, and in turn be transported without wires. All this opens up extraordinary new frontiers to light up the dark zones of the world, hospitals, schools... Photonics is a life resource because it illuminates



# LookINg AROUND

## PROJECT

THE NEW SETTING  
BY MICHELE DE LUCCHI  
FOR THE PIETÀ  
RONDANINI, INSIDE THE  
OSPEDALE SPAGNOLO  
OF THE SFORZA CASTLE  
IN MILAN, LIT  
BY ARTEMIDE FIXTURES.



nature, humanity. Artemide is investing in all this: not only in spotlights for art or design lamps for the home, but also in research and culture. Culture is a key word: we design because the world needs to be educated about the quality of life, and light, together with water and air, is one of the three indispensable element for life itself." When asked if it is possible to economically quantify the company's investment in the sector of projects for art, de Bevilacqua responds: "The investment is hard to specify, because there are too many factors: electronics, lenses (Artemide, since 1985, owns a Research and Development Center that designs the most innovative optical-electronic components used in its products)... For us it is definitely a strategic sector and we can safely say that one third of our research goes into collections for the lighting of life, art and culture." Regarding a (supposed) difference of approach between the design of a product to light art and that of a more 'decorative' lamp, the architect explains: "The starting point is always light, not the product. The difference between a decorative product and a non-decorative one lies in the way of making







ABOVE, THE CRUCIFIX BY GIOTTO IN THE OGNISSANTI CHURCH IN FLORENCE, ALSO LIT BY ARTEMIDE. RIGHT, THE ILIO FLOOR LAMPS DESIGNED BY ERNESTO GISMONDI FOR ARTEMIDE, INSIDE THE MUSEUM LA PEDRERA IN BARCELONA (PHOTO MANU DA COSTA).



THE CALEDA LAMPS DESIGNED BY ITALO ROTA AND ALESSANDRO PEDRETTI FOR ARTEMIDE BRING LIGHT TO AN AREA OF THE MUSEO DEL NOVECENTO IN MILAN.

light, in supplying the best response in keeping with a grid of values, always keeping human beings at the center of the project. I would try to avoid such clear distinctions. We never think about a 'closed' product, we tend to 'spread' our knowledge across multiple projects, using an open source system. The idea of the closed project is finished, it makes no sense: we have to have

the generosity to make our knowledge available and to take advantage of the knowledge of others. Knowledge networks are necessary." Finally, Carlotta de Bevilacqua focuses on one of the most important (and thrilling) projects done by the company in recent years: the above-mentioned lighting for the Pietà Rondanini in the new setting designed by Michele De

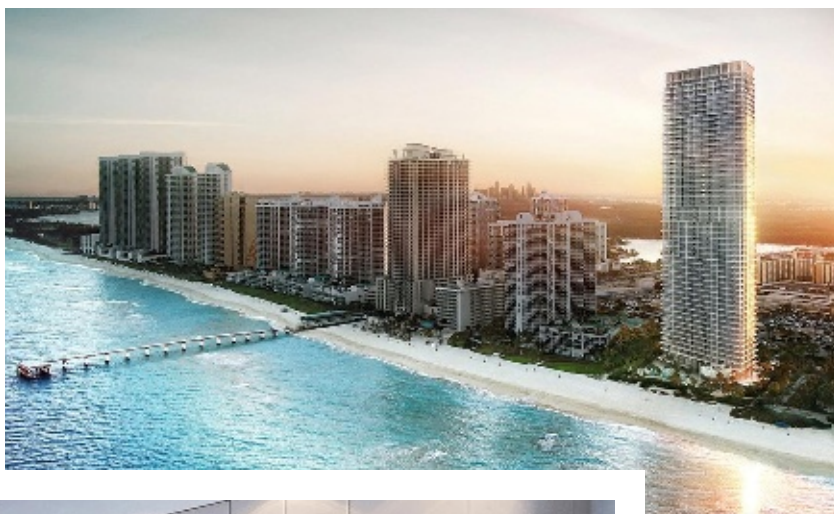
Lucchi: "De Lucchi called us to say that he was putting the Pietà at the center of the Ospedale Spagnolo of the Sforza Castle, and that he needed a light that would display the space in a homogeneous way. The challenge was to light a three-dimensional body, a work-testament sculpted by Michelangelo in the last years of his life, that conveys a dual drama: that of Mary who holds her Son, and that of the sculptor, with waning energy, who leaves unfinished signs on the material. Yet precisely those unfinished signs are the signature of the sculpture, which is dramatic but also 'soft,' bearing witness to a silent, almost serene farewell. The difficulty in lighting the Pietà was how to make the work live without shadows, without allowing viewers to intercept the light, but also without creating a dramatic contrast between the sculpture and the space. Managing to do this has been an honor and a thrill for all of us: we have made a unique experience possible for millions of visitors, and we have done so somehow without 'existing,' designing fixtures that are as discreet as possible, absent in the space, respecting the work and the expressive force of light. Our design approach is both humanistic and scientific, and it represents our identity. We have to continue along this path, in spite of the difficulties, to narrate a world of values, principles and beauty." ■ Andrea Pirruccio



# LookINg AROUND

## PROJECT

**F**ounded in Toronto in 1978 with the ambitious goal of inserting kitchens made in Italy in the most luxurious residences in America, Snaidero USA made more capillary inroads in the United States starting in 1985, when its president and CEO Dario Snaidero chose to move the headquarters to Los Angeles. Today the Snaidero USA network has 25 monobrand showrooms and three flagship stores in Miami, Los Angeles and New York (Manhattan). In 1992 the company received its first multihousing commission, with 146 kitchens for the Bristol Tower in Miami:



ABOVE, VIEW OF THE JADE SIGNATURE IN MIAMI, THE SKYSCRAPER DESIGNED BY HERZOG & DE MEURON FOR WHICH **SNAIDERO USA** HAS SUPPLIED 190 OLA BY PININFARINA KITCHENS (TO THE SIDE).

## ITALIAN STYLE CONQUERS AMERICA

Since 1978 – the year of its founding, with the mission of bringing *Made in Italy* into luxurious American homes – *Snaidero USA* has completed over 160 multihousing projects, and installed about 40,000 kitchens in the *United States* and *Canada*

an achievement that marked the start of the 'conquest' of the new market for luxury apartments in the skyscrapers of American cities, for which the company supplies kitchens, bathrooms and wardrobes, working with developers of the caliber of Trump, CMC and Howard Hughes Corporation. Among the latest

major projects involving Snaidero USA, the supply of 190 Ola by Pininfarina kitchens for the Jade Signature in Miami (the 57-story tower designed by Herzog & de Meuron, with interiors by the Paris-based studio PYR), the furnishings (bathrooms, kitchens and wardrobes) for 171 apartments of the

Waiea Tower in Honolulu, and the contract for 400 kitchens and 1200 baths in the Wanda Vista Tower in Chicago. Continuous growth due to an efficient organizational network in North America, Central America and Venezuela, and a successful strategy of communication and image. From its birth to today, Snaidero USA has completed over 160 multihousing projects and installed about 40,000 kitchens in America and Canada (Vancouver, Toronto, Miami, Los Angeles, San Diego, Naples, Puerto Rico and Honolulu). ■ A.P.



# DEDON

*Tous du Monde*



Distributore per l'Italia:

**RODA** Srl · Via Tinella, 2 · 21026 Gavirate (Va)  
Fax 0332 748655 · [info@rodaonline.com](mailto:info@rodaonline.com)

[www.dedon.de](http://www.dedon.de)  
Collection TIGMI | Design by Jean-Marie Massaud



# LookIng AROUND

## PROJECT

2.5. GLASS HOUSE COLLECTION IS THE CRAFT-DESIGN CONTEST FOR THE CREATION OF A FURNISHING OBJECT IN GLASS, HELD WITH VETRERIE DAL PIAN OF TREVISO.



3. ALESSI WITH ITALCEMENTI AND LPWK DESIGN STUDIO INVITED DESIGNERS TO WORK ON FURNISHING ACCESSORIES WITH I DESIGN EFFIX MORTAR.  
4. 'NEW BIRTH OF A MYTH' IS THE CONTEST FABBIAN ILLUMINAZIONE HAS HELD FOR THE DESIGN OF A NEW LAMP IN CRYSTAL.



1. ON THE DESALL PLATFORM, ELICA LAUNCHED A COMPETITION TO IMAGE THE HOOD OF THE FUTURE.



# THE COMMUNITY SPEAKS

*Desall is a crowdsourcing platform for design, which through the formula of online contests connects companies and individuals in a global community of over 7000 creative talents*

The growth of the Internet and online communities has also changed the figure of the business consultant. In 2012 the young designer from Treviso Davide Scomparin founded Desall.com, an open innovation platform for the world of design and innovation, offering companies a tool of 'participatory' growth. For each phase of product development, from the concept to the product design, naming to packaging, Desall.com involves an online community of over 70,000 creative people in 180 countries. The voting happens through a public gallery that involves the whole community and the network of contacts of the authors. The company, however, has the last word in the choice of the design. Nevertheless, the response of the community offers important feedback on the level of appeal and commercial potential of a project. Once the contest is over, Desall.com operates to take the idea to the next phase, in close contact with the winning designer and the R+D division of the company. In the field of design the platform has held fifteen contests on different themes: from product design with Alessi and Italcementi, Elica, Slide, Made.com and Babele, to interior design for retail with Maliparmi, to urban furnishings with Veronafiore, and lighting with Leroy Merlin and Fabbian. The list also includes multinational brands like Whirlpool and Kinder, as well as artisan companies like the Dal Pian glassmakers from Treviso. To meet the needs of smaller firms that have know-how that deserves attention if a more complicated task. Desall.com is now in a phase of analysis of service for this type of company: to innovate thanks to the possibilities offered by the social media, while respecting the heritage and structural necessities of businesses. ■ Valentina Croci

6. NIDI, THE HANDLES BRAND OF BATTISTELLA, PROPOSED THE THEME OF A FUNCTIONAL HANDLE FOR DOORS AND DRAWERS THAT ADDS A PLAYFUL TOUCH TO CHILDREN'S ROOMS.



# IL TUO STILE, UN'UNICA SCELTA.

FUNZIONE, QUALITÀ E DESIGN  
PARLANO DI TE.

Prezzo suggerito: Tavolo Cartesio a partire da 1.972 € / Sedie Tosca a partire da 299 € /  
Mobile Sipario a partire da 1.288 € / Lampade a sospensione Andromeda 360 € /  
Tappeto Rose a partire da 494 € / Lampada da tavolo Pom a partire da 459 €



Scopri l'offerta completa  
nei negozi con il marchio Calligaris  
e su [calligaris.com](http://calligaris.com)

calligaris 

ITALIAN  
SMART DESIGN  
SINCE 1923



# LANDING IN SHANGHAI

The facility opened recently in the economic capital of China is the biggest *Minotti* flagship store in the world: over 1300 square meters for the display of all the *bestsellers* and the *latest collections* of the company



IMAGES OF THE NEW **MINOTTI** SHOWROOM IN SHANGHAI. TO THE SIDE, THE METAL HELICAL STAIRCASE CONNECTING THE TWO LEVELS. ABOVE, INTERIOR OF THE FLAGSHIP STORE IN THE HUANGPU DISTRICT. UPPER RIGHT, EXTERIOR OF THE BUILDING WITH THE PARTICULAR CIRCULAR LAYOUT.



# KITCHEN FIT™ INCASSO PERFETTO IN OGNI CUCINA.

Porterai ancora a casa più spesa del previsto.

Ma Kitchen Fit™, in soli 60cm di profondità,  
ne conterrà molta più di prima.

Con SpaceMax Technology™ infatti, hai extra-capacità  
a disposizione nelle dimensioni esterne  
di un combinato tradizionale.

Modello RB36J8799S4, classe A+++, prezzo suggerito: 1.795€. Scopri di più su [samsung.it](https://www.samsung.it)

Welcome  
to the  
new home

**SAMSUNG**



# ITALIAN EXCELLENCE IN LONDON



In *Mayfair*, one of the most exclusive neighborhoods of the UK capital, the new *Rossana monobrand store* takes a British perspective on the design concept developed by *Massimo Castagna* for the Milan showroom

developed by Massimo Castagna for the company's space in Milan. At 17 Duke Street the pairing of minimalism and materic opulence returns, representing one of the main pillars of the design philosophy behind the brand's entire collection. In the store precious materials like brass (seen in certain Rossana kitchen models, and several decorative features of the showroom) establish a dialogue by contrast with stone, used for the floors, several walls and the staircase connecting the two levels (also in glass and steel). Not just a display space, the Rossana London facility also contains two functioning kitchen models (the DC10 on the ground floor and the HT50 in the basement) to permit organization of cooking shows, which are increasingly popular on an international level. For Emanuel Colombini, CEO of the group, "the opening of the showroom represents an achievement in the five-year collaboration with our English partner Darren Miller, while concretely laying the groundwork for growth on the local market, and for foreign expansion in general." ■ *Andrea Pirruccio*

ABOVE, THE DC10 MODEL ON THE GROUND FLOOR OF THE NEW LONDON SHOWROOM OF **ROSSANA**. RIGHT, THE HT50 ON THE GROUND FLOOR. BOTH KITCHENS ARE FULLY FUNCTIONAL, READY FOR COOKING PERFORMANCE EVENTS.

The setting is *Mayfair*, residential and chic, one of the most exclusive zones of London. In a newly constructed building (purchased prior to finishing, to permit painstaking study of the interiors and the physical plant system), the new Rossana monobrand facility is a showroom/store with an area of almost 400 square meters on two levels (ground and basement), in a British take on the concept





**PEDRALI**<sup>®</sup>  
THE ITALIAN ESSENCE  
[www.pedrali.it](http://www.pedrali.it)





BELOW, A SPACE IN THE NEW KITCHEN STUDIO MONTE SANTO OF **SIEMATIC**, CREATED IN PARTNERSHIP WITH GARAVAGLIA ARREDAMENTI. LEFT, EXTERIOR VIEW OF THE SHOWROOM IN THE BUSINESS AREA OF PORTA NUOVA IN MILAN.

Thinking of the kitchen in terms of lifestyle, conveying the idea of absolute quality interpreted in three different moods that form the brand's collection: Urban, Pure and Classic. This is the goal set by SieMatic to communicate through the new Kitchen Studio Monte Santo, a showroom of 150 square meters on two levels in the Porta Nuova area in Milan. Created in partnership with Garavaglia Arredamenti and with a series of selected brands whose common denominator is excellence (Dornbracht for the faucets, V-Zug for the appliances, Marmo Arredo for its products in marble and stone), the SieMatic space contains the various kitchen models of company, as well as a preview for the Italian market, namely the "standalone" multifunctional SieMatic 29, and a technical zone – set up in display areas lit by large two-

## KITCHEN STUDIO MONTE SANTO

Not just a *space to display* the various collections of the brand. The new SieMatic store channels a design philosophy, a particular *lifestyle idea* that has always set the German company apart

story windows – to exhibit the many possibilities for integration inside and outside the kitchen. "The creation of this store, displaying the new image and design philosophy of the company, is part of a strategy of greater visibility and precise identification of the brand," says Patrizia Lunghi, Country

Manager for Italy of SieMatic. "The objective we have set with the opening of the Kitchen Studio is to provide our clients with a valid tool, to set us apart from the competition and to establish a concrete dialogue with architects and designers in pursuit of exclusive solutions." ■ *Andrea Pirruccio*



# TESO colour

DESIGN DANTE O. BENINI & LUCA GONZO

Composizione libera di forme. nuova ispirazione di decorazione.  
TESO, già disponibile in oltre 200 varianti colore, oggi può essere richiesto anche con il maniglione colorato, per composizioni personali e sempre differenti.

TESO può essere installato sia in orizzontale sia in verticale, e in entrambi i casi può anche essere utilizzato come elegante scaldasalviette. Costituito da un elemento largo 25 cm, installato singolarmente oppure a due o a tre elementi, può avere un'altezza variabile di 150, 170 o 200 cm.

TESO...caldo compagno di viaggio: presenza discreta, accomodante, al servizio dell'ordine, ma gancio provvidenziale al presunto e insospettato disordine.

**Radiatore in alluminio riciclabile**

**Basso contenuto d'acqua**

**Alta efficienza termica**

**200 varianti cromatiche**





# EASY

LA BELLEZZA STA NELLE COSE SEMPLICI.

design IMAGODESIGN e R&S DOIMO CUCINE





## NEW PROJECTIONS

In a historic *cinema* converted as a store, *Baxter* stages – with informal elegance – a quarter century of history, literally constructed on its *skin*

The people of Milan remember the President cinema on Largo Augusto as “the one with the comfortable seats,” and they have always regretted that the facility was closed, along with many other movie houses in the city. Today it is opening again, but with a new function, though the idea of total comfort remains. The sign (which reads Baxter Cinema)

and the seats are still there, in short. The opening of the store is the high point of the celebrations for the 25th anniversary of the company based in Lurago d’Erba, which has managed to construct – around one elective material, cowhide – one of the many stories of excellence of Italian furniture and design, a story of quality and research.



# LookINg AROUND

## CASE HISTORY



ON THE PREVIOUS PAGE, THE EXTERIOR OF THE NEW **BAXTER** STORE CREATED INSIDE THE FORMER PRESIDENT CINEMA IN MILAN. LEFT, THE CLUB-BAR FACING THE STREET, OPEN TO THE PUBLIC. BELOW, THE ORIGINAL STAIRCASE OF THE CINEMA LEADING TO THE MAIN SPACE OF THE SHOWROOM.



Paolo Bestetti, CEO of the company ("the brain"), and his brother Kicco ("the brawn" at the helm of the studio Bestetti Associati, in charge of the architectural renovation), agree on the idea of this space as a dynamic zone, a gathering point for communication, an alternative to the traditional idea of a store. In fact, next to the classic (so to speak) display of sofas and armchairs in the windows, the facility embodies the lively setting of a club-bar with a total Baxter look, connected to but independent from the store, in which to have an informal relationship with customers and to convey the identity and quality of the brand. "We always look for places with character, with a spirit to conserve, when we are trying to portray the image of the company inside a space," says Kicco Bestetti, "which is why we have conserved the original theater arrangement." With an area of over 1200 square meters on two levels, the space reflects the existing structure, conserving the steps leading from the street level to the underground heart of the building. "Here, we have left the big screen at the back of the hall, and preserved the paths, niches, panels, spatial perspectives. Even the old telephone booth has become an opportunity for reinterpretation. This is an example of integration between architecture and visuals, i.e. styling, the choice of colors and objects, done with a team guided by the architect Stefano Guidotti." The spacious organization of the hall is accompanied by micro-sets, a refined bookshop with vintage fashion and design publications, corners that present the creativity of young designers and artisans (makers of handpainted wallpaper, original cowhide objects, or the maquillage of



vintage furniture). Operative offices and consulting areas are bordered by glass, and a mysterious volume hosts the Cinema Suite project, for professional home cinema, in partnership with Adeo Group. Everything is controlled by an automation system that covers all the components and functions of the space, first of all the luminous atmospheres, designed by Viabizzuno. The collection of upholstered items and furnishings, literally displayed in the seating area of the cinema, stands out as a choral project of different personalities, forming a coherent story. "It seems like the home of an artist-traveler," says Paolo Bestetti, almost with surprise, given the fact that "in 25 years this is the first time we have stopped to look at how we have evolved. From the roots, when we were offering leather products with a very English taste, to a second period marked by the encounter with Marco Milisich, who gave the company its more casual look, introducing the vintage aspect of cowhide and leather. All the way to the arrival of Paola Navone who has been

our guide along the path of design. She has been the winning element, because she has helped Baxter to discover its own unexpressed values, adding an informal aspect to products but also with extreme elegance, at times by using leather as if it were fabric." In these passages "there has always been a red thread, cowhide, refinement, the quality of the product as intrinsic value. Beyond the personalities of the various designers. The sophisticated and informal elegance of Paola Navone, the magical sense of proportions of Piero Lissoni, the formality of Thun and Rodriguez in the crafting of details and the working of the leather, the international perspective of personalities like Doriana and Massimiliano Fuskas, the energy and brilliance of Vincenzo De Cotiis, the somewhat Deco elegance of Roberto Lazzeroni, the decorative exuberance of Draga Obradovich." What is Baxter today? Kicco Bestetti smiles and replies: "my brother's look – jacket, tie and old sneakers – says it all." ■  
*Katrin Cosseta*

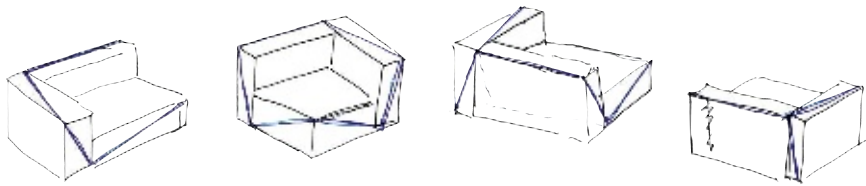


ABOVE, DETAIL OF THE DISPLAYS, FEATURING THE DOLLY ARMCHAIR BY DORIANA & MASSIMILIANO FUKSAS. TO THE SIDE, THE FORMER SEATING AREA OF THE CINEMA, CONVERTED AS A LARGE DISPLAY SPACE.

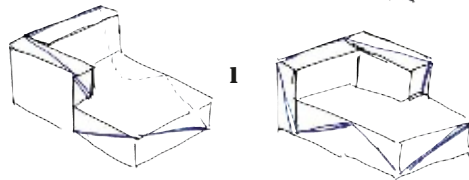


# LookINg AROUND

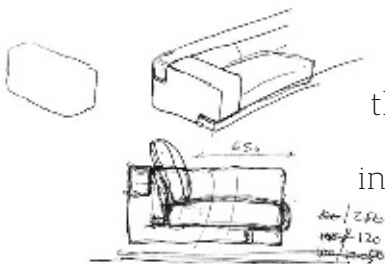
## CASE HISTORY



**1.2.** SKETCHES AND  
DETAIL OF THE DIAGONAL  
SOFA BY TOAN NGUYEN  
FOR **FENDI CASA**  
CONTEMPORARY,  
"A SIMPLE VOLUME THAT  
TAKES ON IDENTITY  
THANKS TO THE  
STITCHING."



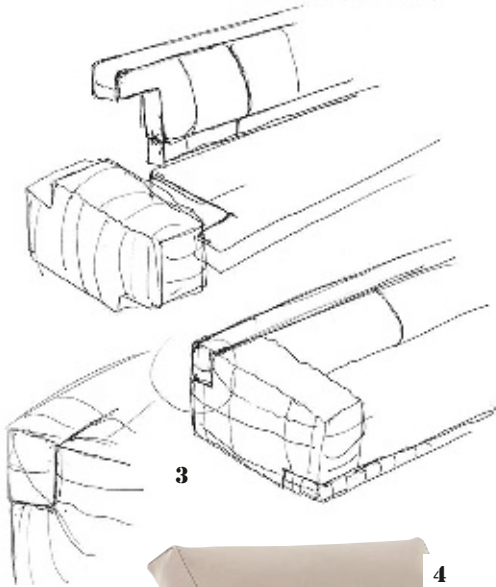
Fashion and design increasingly *intertwine* aesthetic languages, markets, forms of expertise. The phenomenology of a fashion brand, *Fendi*, that was one of the first to put its background, between tradition and innovation, crafts and industry, into the field of *furniture*



# THE CONTEMPORARY SENSE OF LUXURY

**I**n the beginning it was about needle and thread. First the body, now also the house. The phenomenon of home collections of fashion houses, based on the premise that an idea of style can be coherently shaped under the aegis of a global signature, extending to the interior decor of a house (or a hotel, a restaurant, an office, a yacht), has reached maturity. Fendi was a pioneer in exploration of the potential of creative contamination between fashion and the world of design, already collaborating at the end of the 1980s

with Luxury Living Group to create the Fendi Casa collection. A high-end decor proposal for living areas, bedrooms and outdoors zones, produced with fine materials, finishes and craftsmanship, the very essence of Made in Italy. Next to a range of more classic pieces, in 2012 the brand launched a design-oriented line, calling on Toan Nguyen to create the Fendi Casa Contemporary collection. The architect-designer from Paris residing in Milan had the job of finding the essence of the aesthetic and symbolic codes connected with the brand, in a terse language, free of nostalgia, in keeping with a concept of "contemporary luxury totally based on content, durability and uniqueness, rather than ephemeral ostentation." It might be special stitching, a border (or piping, in technical jargon, like the latest Sloane sofa) that becomes design. A buckle (an iconic Fendi detail, but also a historic theme of Danish design) used in a functional as well as decorative way (the Blixen



**3.4.** ARMCHAIR FROM  
THE LATEST  
COLLECTION OF  
SLOANE UPHOLSTERED  
COMPONENTS, TO  
"REINTERPRET A  
CLASSIC TYPE, BUT  
MAKING IT STAND OUT  
THANKS TO  
CONTRASTING PIPING,  
FORMING A COMPLEX,  
GRAPHIC SIGN."

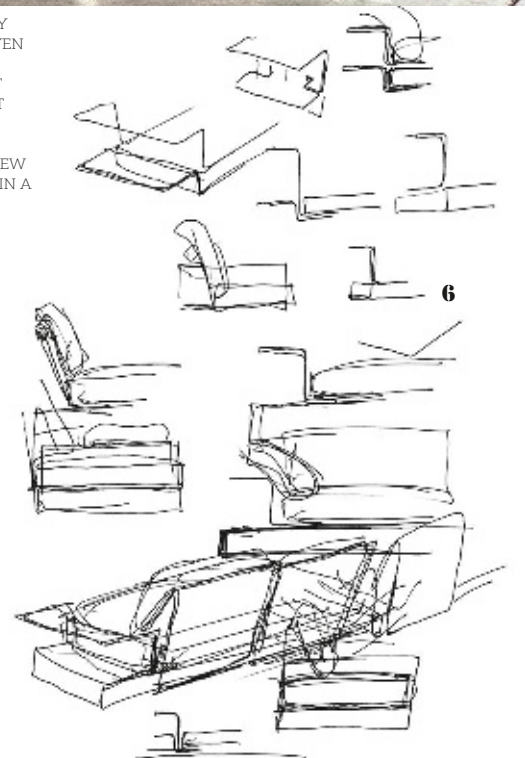


5

**5.6. HAMPTON**, DEFINED BY THE DESIGNER TOAN NGUYEN AS "A DIVAN WITH A VERY 'LOUNGE' CHARACTER THAT PLAYS WITH THE CONTRAST BETWEEN RIGOROUS GEOMETRY AND AMPLE CUSHIONS," SEEN IN THE NEW YACHT CLUB OF MONACO, IN A BUILDING BY NORMAN FOSTER, FURNISHED IN COLLABORATION WITH JACQUES GRANGES.

chair, the Soho sofa). A particular kind of leather (another emblem of the maison, along with fur) that tempts the hand to caress it (because the eye and the hand, according to Nguyen, should always be in close contact), an architectural play of volumes. The challenge of understated luxury lies above all in the details: "My approach leads to reduction, to remove anything that is superfluous from the object, not as dogma or an aesthetic line, but on all levels, from the production process to the material, to the final functioning. Not impoverishment, but a maniacal pursuit of detailing and quality, characteristic features of Fendi on which to focus." Synthesis of apparently contrasting urges as part of the creative process, since they are

"actually complementary, like tradition and crafts culture that meet innovation and production technology." Probably it is this balance that makes the Fendi Casa Contemporary collection (not conceived as a gathering of individual episodes, but as a coherent ensemble of materials, colors, graphic signs, virtuoso manufacture) capable of establishing a dialogue with any spatial context. Like the interiors of the new Yacht Club in Monaco in a building by Norman Foster, furnished in collaboration with the French interior designer Jacques Grange. ■ K.C.



6



# LookINg AROUND COMPETITIONS



The winners have been announced in the competition organized by *Poltrona Frau* and its historic dealer in Taiwan *Euchain*, to promote interchange of *design ideas* between distant countries



ABOVE: THE WINNING PROJECT OF THE TAIWAN DESIGN CONTEST (ORGANIZED

BY **POLTRONA FRAU** AND THE TAIWAN-BASED DEALER EUCHAIN), IN THE OCCUPATIONAL DESIGN GROUP CATEGORY: THE MING'S HEART CHAIR BY LU SHI-CHIEH. RIGHT, THE WINNING WORK IN THE AMATEUR DESIGN GROUP CATEGORY, THE CHINESE CABINET BAG BY WU CHIH-WEI.

## EAST AND WEST

The Milan showroom of Poltrona Frau hosted the prize ceremony for the Taiwan Design Contest, organized by the Tolentino-based company and its long-time Taiwan dealer Euchain, to promote exchange of ideas between oriental and occidental design cultures. Launched in 2014, the competition has two categories: the Occupational Design Group (professional architects and designers asked to develop an armchair that is a synthesis of the two cultures) and the Amateur Design Group (students of design schools working on an object or accessory in leather). The works in both categories were evaluated through a dual selection process involving a Taiwanese jury and an Italian jury, the latter composed of: Gilda Bojardi (editor of *Interni*); Giovanni Gastel (photographer); Flavio Manzoni (Head of Design Ferrari); Jean-Marie Massaud (designer); Marco Romanelli (architect and design critic). For the Occupational Design Group, the winner was Lu Shi-Chieh for the Ming's Heart seat (which will be presented at the next *Salone del Mobile*), an armchair inspired by the austere, essential lines of the archetypal Chinese chair from the Ming period, enhanced by the "handmade" culture of Poltrona Frau leather. In the Amateur Design Group the winner was Wu Chih-Wei with the Chinese Cabinet, a leather bag with an opening mechanism borrowed from old wardrobes, a typical image of Chinese culture. Piero Valentini, general director of Poltrona Frau, commented on the initiative: "For a company like ours that is accelerating its process of internationalization, it is very stimulating and instructive to see our values interpreted by sector professionals with a very different cultural and personal background from ours. ■ *Andrea Pirruccio*



# ETHIMO

OUTDOOR DECOR

Ph Bernard Touillon

Collection Knit  
design Patrick Norguet



— THE  
ITALIAN  
STYLE FOR  
OUTDOOR  
LIVING

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

Showroom  
Milan / Rome / Turin  
Paris / Cannes

Contacts  
tel +39 0761 300 444  
info@ethimo.com

imm – Cologne / January 18<sup>th</sup> – 24<sup>th</sup> 2016 / hall 3.2 stand E006





**OLIVARI**   
il design preso per mano

*Agapornis Roseicollis*



*Trend, disegnata da Studio Olivari, è una delle maniglie che da cento anni Olivari fabbrica interamente in Italia.*



# LookINg AROUND DESIGNER

Design is a serious thing. So serious, in fact, that if you know how you can jest about it: objects, in any case, are willing to put up with both gravity and humor, as postmodern design has demonstrated in its time, definitively sanctioning the presence of the symbolic along with the functional. Since then, the 'moralist' tradition of the Modern Movement – which saw its historical task as that of guiding users down the righteous path of Function – has gradually given way to a more exuberant and expressive vein. The Russian designer Dima Loginoff is one of its most interesting exponents today.



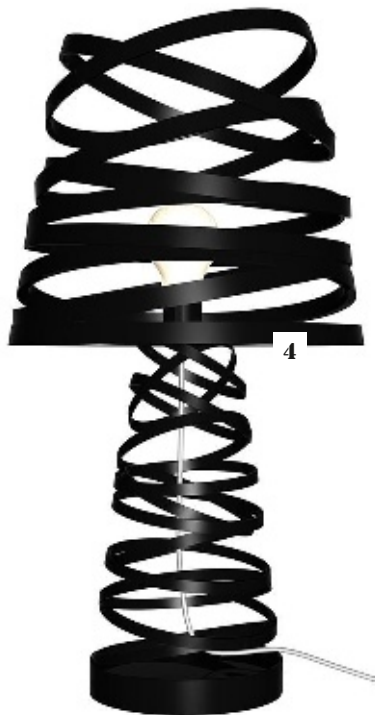
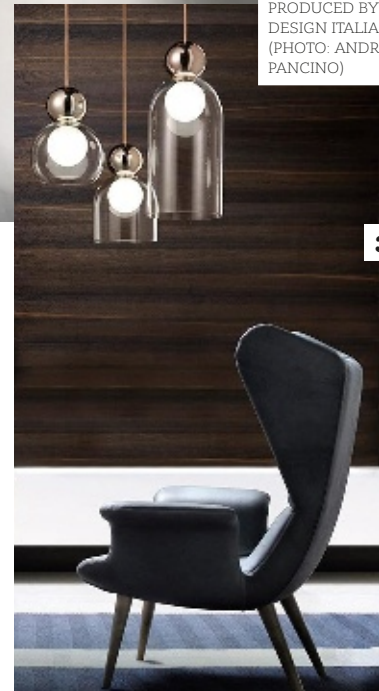
## THE UNVEILED CORE OF OBJECTS

Between precious and synthetic, the Russian designer *Dima Loginoff* daringly explores the *debris of beauty* of a post-historical era in which design becomes a refined *over-the-top game*

Based in Moscow, in a nation that, as he says, is one of "retail sales without design production," Loginoff has worked more with Italian than with Russian companies, following a convergence he says is only accidental but might conceal deeper elective affinities: "I have never done anything in particular to get in touch with a company. I only know that in my case knocking on doors wasn't working, so I tried to make my design gain visibility, if only through concepts, and that worked. Before signing any contracts and having any pieces in



1. THE YOUNG RUSSIAN DESIGNER DIMA LOGINOFF 2. NOSTALGIA LAMPS FOR **STUDIO DESIGN ITALIA**, WHOSE RETRO FORM IS BLENDED WITH MODERN LINES, COMBINING THE EXPERIENCE OF PRODUCTION OF BLOWN GLASS WITH LED TECHNOLOGY. 3. THE MEMORIA SERIES OF LAMPS PRODUCED BY **EVY STYLE**. 4. **CURL MY LIGHT**, A STEEL TABLE OR FLOOR LAMP WITH A STRONGLY ICONIC LOOK, PRODUCED BY STUDIO DESIGN ITALIA. (PHOTO: ANDREA PANCINO)



production, my work was published in many international magazines, and I believe that is how Studio Italia Design noticed me." What seems immediately evident in the projects he has done for this company and others like Artemide, Axo Light, Vitra, Artex, Evi Style, is the light, amused touch with which Loginoff handles poetic fragments taken from a



**1.** FEDORA LAMPS PRODUCED BY **AXO LIGHT** WITH ALUMINIUM DIFFUSERS AND BUILT-IN SPOT IN TRANSPARENT GLASS. **2.** MOUNTAIN VIEW LAMP FOR AXO LIGHT.



**3.** THE KISSES SOFA FOR **ARTEX** PLAYS WITH THE ILLUSTRIOUS PRECEDENT OF THE MOUTH-SHAPED SOFA, REPRODUCING THE TRIPLE X SEQUENCE PUT IN TEXT MESSAGES TO INDICATE 'KISSES'. (PH. DAVIDE BUSCIONI FOR PROTOCOL) **4.** THE FIFTH AVENUE SOFA FOR ARTEX EVOKES THE CENTRAL AVENUE OF MANHATTAN.



'precious' tradition of decor, and from the new sensibilities introduced by digital synthesis of polymers, finely blended in formal trajectories that develop like the spinning balls of a juggler. Loginoff thinks of himself as a "child of the Internet era," an era that offers designers the possibility of probing

project results starting with the most extreme and improbable visual 'synapses.' And this surfaces precisely from the production of the Russian designer, in which it would be hard to define a single style, because rather than a 'sign' he has a characteristic 'touch,' a way of caressing the detritus of beauty washed up by the tides of a post-historical epoch and used to define the object through a sort of 'subtractive

addition,' where the more he adds veils the more he reveals, the more he covers the more he discovers, like a coy onion from which, in the end, one manages to glimpse a light yet terrible secret: the lack of a core, replaced only by ethereal, brittle, resonant pulsating of energy. ■ Stefano Caggiano





UNDER VIBRANT RED LACQUER WAVES OF THE CEILING, THE BAR COUNTER IN STAINED MAHOGANY AND GLAZED LAVA IS ACCOMPANIED BY SPINE 1730 STOOLS BY **FREDERICIA**, DARK STAINED ASH WOOD AND RED LEATHER. PHOTO GUILLAUME GRASSET.

## UN BAIN DE SOLEIL

A page turns in *Paris*, at the historic *Les Bains Douches*, now open day and night in its new guise as a boutique hotel, club lounge and restaurant-bar, the latter designed by *Denis Montel/Studio RDAI*



VIEW OF THE RESTAURANT SPACE: TABLES WITH MAHOGANY TOPS AND GRAY PAINTED STRUCTURE BY **PEDRALI**, SEATING FROM THE **REN** COLLECTION BY **STELLAR WORKS**, WIRELESS LUXICIOLE LAMPS IN ANTHRACITE GRAY BY **HISLE** CUSTOM MOSAIC FLOORING IN PORCELAIN STONEWARE (BY **WINCKELMANS**) AND GLASS PASTE (BY **TREND**). PHOTO PAUL RAESIDE.



DETAIL OF THE PANELS IN RECYCLABLE WOOL FIBER (BY **GABRIEL**) ON THE WALLS, WITH CHROMATIC TEXTURES TO ABSORB SOUND. PHOTO GUILLAUME GRASSET.

**C**losed since 2010 for structural problems, legendary *Les Bains Douches*, founded in 1885 as the municipal bathhouse of the 3rd arrondissement, between Marais and Les Halles, the first spa in the capital, frequented by guests like Marcel Proust, come back to life as a hotel and club lounge thanks to a new owner, the film producer Jean-Pierre Marois. After the Haussmann period and the glorious 1980s and 1990s, when this was the iconic nightclub in Paris for celebrities and artists like Andy Warhol, Yves Saint Laurent, Mick Jagger and many others, the place has rediscovered the charm and splendor of a hybrid-chic setting, under the sign of design. With Vincent Bastie as the protagonist of the overall architectural project, Tristan Auer for

the interior design of the 39 rooms and suites and the disco, and Denis Montel/ Studio RDAI for the restaurant-bar.

A place within a place, the dining room – including a private area, a vestibule, patio and bar – has been conceived as a refined neo-brasseries by the artistic director of Studio RDAI designing the Hermès boutiques around the world. “*The esprit du temps* of this address of bohemian and international charm suggested a contemporary vision with fluid, enveloping, tailor-made forms and innovative materials, a place of acoustic comfort that also evokes the past. As in the mosaic floor that seems to dissolve two million pixels in water,” says Denis Montel. And in the club on the lower level, the dance goes on. ■ Antonella Boisi



# The smart life



TUMBLER design: R. Giacomucci



**DEPERO**  
design: R. Giacomucci

# EMPORIUM

EMPORIUM\_www.emporium.it\_info@emporium.it





THE INSTALLATION-PAVILION 'UNDER THE SAME SOMBRERO' CREATED BY PALOMBA+SERAFINI ASSOCIATI WITH C CÚBICA ARQUITECTOS AND PEDRO SANCHEZ, AT THE PARK ENTRANCE OF MUSEO RUFINO TAMAYO.



## DESIGN WEEK MEXICO

The prelude was from 21 to 25 October, when Mexico City hosted the 7th DWM/Design Week Mexico: the intense, stimulating and talent-packed Mexican design scene, but also a platform to promote design as an event of international appeal. The high point will be 2018, when Mexico City, as the world design capital, will monitor creativity open to grafts and contaminations “as a value that contributes to the cultural, social and economic development of the country.” The words of the mayor Miguel Ángel Mancera, in full accord with Emilio Cabrero, one of the founders and director of DWM, introduced the

The *seventh* edition of DWM, the design week of *Mexico City*, as a chance to take stock of the situation and to open up discussions in preparation for 2018 when the Mexican capital will become the *world design capital*

2015 edition, based in the Museum of Modern Art and Museo Rufino Tamayo. Italy was the “guest country” and Chiapas was the first “guest state.” A paradigmatic feature, already starting with its title, was “*Under the same sombrero*,” an installation in the gardens of Museo Tamayo by the Italians Palomba + Serafini Associati

with C Cúbica Arquitectos (i.e. Emilio Cabrero, Marco Coello, Andrea Cesarman) and Pedro Sanchez. A metaphorical pavilion-bridge placed against the museum at the entrance facing the park, which reworked several elements of Mexican culture in its figure. Arch. Palomba comments: “We have come up with a macro-object of



# LookINg AROUND

## EVENTS

**1.2.** VIEW OF THE CONTEMPORARY ART MUSEUM RUFINO TAMAYO LOCATED IN CHAPULTEPEC PARK. IT WAS DESIGNED IN 1972 BY ARCHITECTS ABRAHAM ZABLUDOVSKY AND TEODORO GONZÁLEZ DE LEÓN. PHOTO COURTESY TAMAYO MUSEUM.



**3.4.** THE EVENT VISION & TRADICION AT THE CLOCK TOWER GALLERY AT LINCOLN PARK, IN THE POLANCO ZONE. PHOTOS BY RENÉ ENRIQUEZ/COURTESY DWM.



design, an overhanging iron structure on which to wrap ropes and chains, reminders of the typical looms of Chiapas with which the women made marvelous fabrics. Accompanied by the natural element of green climbing plants, the installation forms a canopy in evolution, offering the original play

of light and shadow, over the central archetype of the kitchen counter, taken back to the essence of the elements required to prepare food (fire, water and top).” As if to say: the soul of DWM wants to be open and versatile. In the event *Vision & Tradicion* Italian and Mexican designers were invited to work with artisans from different communities of Chiapas to interpret and enhance the particular features

of a territory full of colors, rugged materials, stories, imagery and signs; a unique cultural heritage interacting on the global design stage, in a logic of standardized production processes. Without overlooking the rediscovery of the use of silver in design, between tradition and innovation, associated with the *Premio Nacional de la Plata Hugo Salinas Price*. Shifting gears, *Territorio Creativo* put the accent





1



2

1. FOUNTAINS AT LINCOLN PARK: TEMPORARY STRUCTURES CREATED BY STUDENTS OF ARCHITECTURE AND DESIGN.  
 2. THE BUILDING OF SAN MIGUEL CHAPULTEPEC THAT FEATURED THE INTERVENTION OF RAYMUNDO SESMA/ADVENTO ART DESIGN ON THE FACADES FOR THE EVENT DESIGN HOUSE.  
 3. MARIO BOTTA DURING HIS LECTURE.

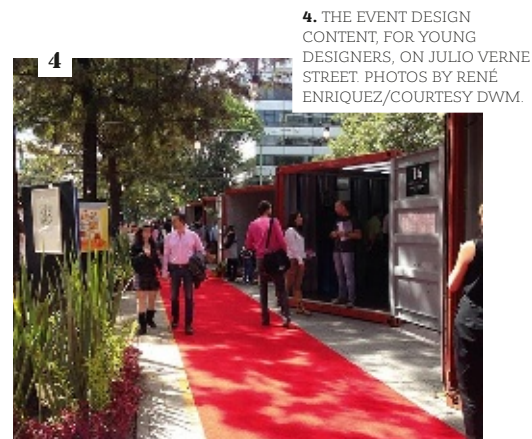


3

on the quality of products invented by about forty successful Mexican designers. The showcases of *Design Content*, on the other hand, were for promising younger talents: 19 containers painted red and installed at Lincoln Park, in the shopping area of Polanco, next to the *Temporary Structures* created by university students of design and architecture, in the pools and amidst the fountains of the zone. The leap of scale was triggered by *Design House*: as usual, a group of well-known designers and architects interpreted the various zones of an existing house; for this edition, with the concept "Design Hotel," the choice went to a building of San Miguel Chapultepec that featured the skillful intervention of the master Raymundo Sesma/Advento Art Design on the facades and in the common internal spaces. Last but not least, there were conferences and talks on the contribution of design culture to face future challenges, with the participation of international

architects and designers like Mario Botta, Piero Lissoni, Roberto Palomba, Luca Nichetto, Matteo Zorzenoni, Mauro Panigo & Andrea Balestrini representing the studio LAND, Fortunato D'Amico for Fondazione Michelangelo Pistoletto and Gilda Bojardi for the magazine INTERNI, the media partner of the event. Possibilities for encounters and dialogue, aptly represented by the site-specific work *Terzo Paradiso* by Pistoletto, a tribute to the master of Arte Povera installed in the gardens of the Museum of Modern Art. "In its image based on the sign for infinity there is the sense of an I and an us, of nature and artifice that have to range towards new, shared ethical-aesthetic goals," D'Amico explained. In

the meantime, the festive atmosphere in the city opened showrooms, art galleries, the Archivo Arquitectura y Diseño, the Casa Estudio Luis Barragán and other places to the Mexican design populace. After this brilliant prelude and with further developments, there can be little doubt: in 2018 the world design capital will be ready to act as a hub of reference for Latin America. And the world. ■ Antonella Boisi



4

4. THE EVENT DESIGN CONTENT, FOR YOUNG DESIGNERS, ON JULIO VERNE STREET. PHOTOS BY RENÉ ENRIQUEZ/COURTESY DWM.



# LookINg AROUND

EVENTS

THE ENTRANCE FACADE  
THAT MAKES  
THE HEADQUARTERS  
OF ADVENTO ART DESIGN  
IN MEXICO CITY,  
IN THE CONDESA ZONE,  
UNIQUE, THANKS  
TO THE SITE-SPECIFIC  
DESIGN BY RAYMUNDO  
SESMA.



*A different take on design in Mexico, where Raymundo Sesma and Silvino Lopeztovar, without separating art from life, seek possibilities to improve the face of everyday things, from the object to the city*

## ADVENTO ART DESIGN





1



4



5

1. PORTRAIT OF SILVINO LOPEZTOVAR WITH SOME OF HIS CREATIONS.
2. ALAK BABY, ROCKING CHAIR FOR CHILDREN IN CURVED WOOD, 2014.
3. DUO CENTERPIECE IN BLOWN GLASS, 2013.
4. CLETA LI, SCULPTURE IN PVC, METAL AND MARBLE, 2010.



2



3



6



7

They work on a global level but seek other values, believing in interdisciplinary perspectives. They have never reasoned in terms of mass production, and are inspired by a vision of avant-garde reconstruction of the universe (see *Campo Expandido*, *INTERNI*, October 2015), from their base in Mexico City that combines, in an appealing building in Condesa, a large gallery with spaces for work and study, on three levels. We met with Raymundo Sesma and Silvino Lopeztovar during *Design Week Mexico 2015*, where Advento Art Design curated the brilliant project on the facades and common internal areas of the building of San Miguel Chapultepec that hosted the event *Design House*. An opportunity to make direct contact with the objects created by the prolific Lopeztovar. "I have always been attracted by the aesthetic of movement, by asymmetrical sculptural forms, but also by the perfect abstraction the world offers us every day, in insects and nature," he says. "For me, a good project has to get beyond mere response to the functional requirements of the object, and achieve a formal visual tension. Aerodynamics, the works of the Futurists, of Luigi Colani, Carlo Mollino, Carlo Carrà, are still my main sources of inspiration, as at the start of my career.

But I design for people and think of objects with which they can establish a dialogue, things that become part of everyday life, with which to share sensory pleasures." The dynamism of the forms designed by Lopeztovar reflects a dialectical use of materials. The mark of his design is connected to local production and crafts, to express

sensitivity in the shaping of material (in all its variety) and the use of color "explored in all its circular shadings that represent life, including black," he says. Crossing the borderline, Silvino, like Raymundo, has approached art: to transfer feeling into his objects and to not leave only semantic icons. ■ Antonella Boisi

5. MISTICAS, STACKABLE CHURCH PEW IN OAK AND TECHNO-LEATHER, 2012.
6. THE GALLERY OF ADVENTO ART DESIGN IN MEXICO CITY.
7. ALAK, ROCKING CHAIR FOR CHILDREN IN CURVED WOOD, 2011.
8. ORI TABLE IN MDF, WOOD, LACQUER AND POLYURETHANE, 2012. DESIGN OF THE TOP BY RAYMUNDO SESMA.



8





1

Gentle, practical and conceptual, *Marina Bautier* is both a *designer* and an *entrepreneur*. And one day each month, *chef de cuisine*!

## THE AESTHETICS OF SIMPLICITY

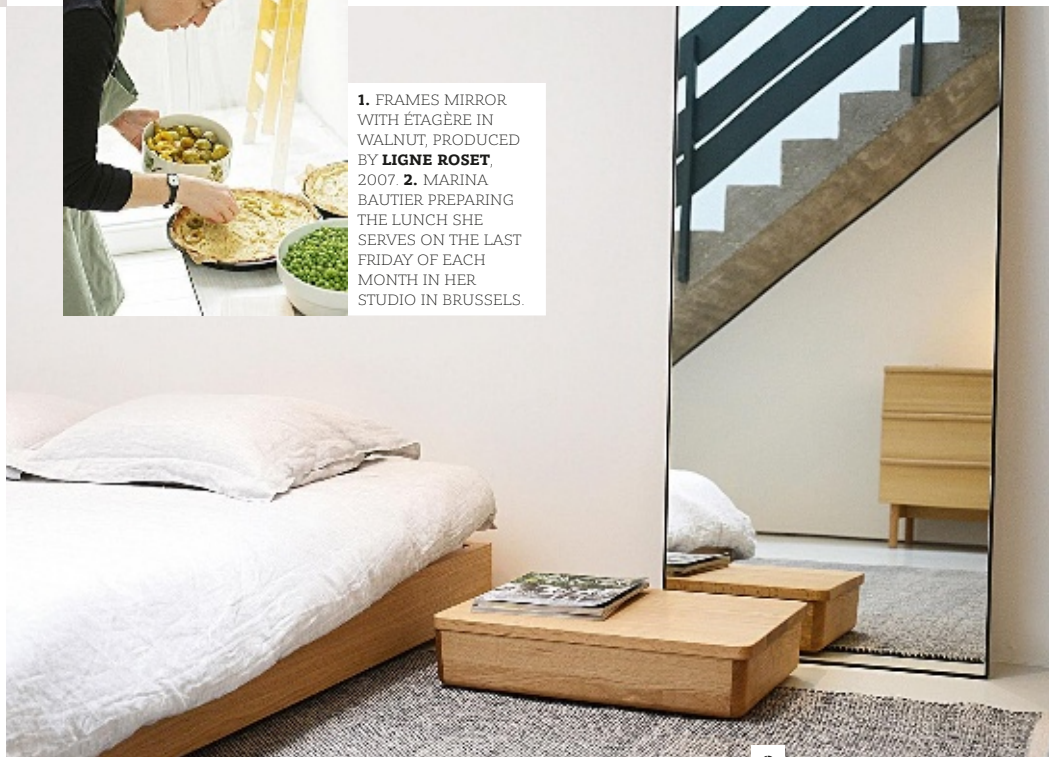
**W**ith the look of a Pre-Raphaelite model and the character of a peasant, an artisan and an entrepreneur. Intelligence and intuition that delve into the history of Belgium and the Netherlands, reinterpreting it with the gaze of an erudite contemporary creator who likes essential things and detests ostentation.

The subject is furniture, wood. Simple, well-made things. Chairs, beds, benches, tables, bookcases, in oak or ash, destined to last and to age with dignity, because they are made with care, with sober forms that remind us of Scandinavian design, at times, or De Padova in the 1980s, with its focus on the pure furnishings of the Shakers. Born in Brussels in 1980, as a child she loved wood, and this interest led her, at the age of 18, to move to



2

1. FRAMES MIRROR WITH ÉTAGÈRE IN WALNUT, PRODUCED BY **LIGNE ROSET** 2007 2. MARINA BAUTIER PREPARING THE LUNCH SHE SERVES ON THE LAST FRIDAY OF EACH MONTH IN HER STUDIO IN BRUSSELS.



3



4

High Wycombe, between London and Oxford, to take a degree in Furniture Design at Bucks New University. She then returned to her native city and opened a studio in 2003. Her career blossomed at the Salone Satellite, where in 2006 she was noticed by Ligne Roset, which acquired the design of her Frames mirror, and in 2007 by the Japanese company Idée, which asked her to reinterpret the Paysan collection. The latter was the ideal job for Marina: to modernize and revitalize

3. STEEL FRAME MIRROR, WITH BED, STORAGE UNIT AND CABINET, ALL IN OAK, PRODUCED BY **BAUTIER**, 2014. 4. OAK TABLE WITH STORAGE UNITS IN PAINTED STEEL, PART OF THE LAP SHELVING COLLECTION DESIGNED FOR **CASE FURNITURE**, UK, 2015.

a classic, essential line, used in cities but inspired by the rural culture of Japan. The collaboration with Idée has continued, and in November, in Tokyo, the third collection she designed for the brand founded by Teruo Kurosaki, acquired by Muji in 2007, was presented. Her way of working based on a simplicity that would be hard to match has brought her contracts with other international companies,

- 1. DIMANCHE SERIES, THE THIRD COLLECTION OF FURNITURE DESIGNED FOR THE JAPANESE BRAND **IDÉE**, 2015.
- 2. THREE SEATER SOFA, DETAIL, BASE IN OAK, FILLED WITH POLYURETHANE AND DOWN, PRODUCED BY **BAUTIER**, 2015.



3. UNIT SYSTEM WITH COAT RACK, BOOKCASE AND DESK IN SOLID OAK OR ASH, PRODUCED BY **STATTMANN NEUE MOEBEL**, 2012.

- 4. OAK BENCH WITH PADDING, PRODUCED BY **BAUTIER**, 2014.
- 5. CRUISER OAK CHAIR WITH CUSHIONS, PRODUCED BY **SWEDESE**, 2010.



including Swedese, the British firm Case, and the German Neue Moebel. Since 2013, after have created products for others for 10 years, she launched her own brand, Bautier, with which to produce and sell products, exclusive online or at the showroom in Brussels. Here every piece of furniture, every

detail, speak of her credo: pure, natural, finely made, not too expensive. The same spirit with which on the last Friday of every month she dons an apron and prepares lunch for 20 lovers of informal things, of the aesthetic of simplicity and timeless flavors. ■  
*Virginio Briatore*



# LookINg AROUND

ART DE LA TABLE



BOOM! BY JULIEN TAYLOR, THE ILLUSIONIST PHOTOGRAPHER WHO CREATES DIGITAL MONTAGES, A WORK FOR THE 35TH ANNIVERSARY OF THE MAISON NICOLAS FEUILLATTE, WHOSE FAMOUS PALME D'OR ROSÉ VINTAGE 2005 ("THE DIVA OF CHAMPAGNE") APPEARS TO THE RIGHT IN THE IMAGE.

on the market every year about this time: from the very new Pan 999 by Tobia Scarpa for San Lorenzo to the more classic models by Dabbene Milano 1939, to the casserole designed by star chef Riccardo De Prà (Dolada restaurant in Pieve d'Alpago, one Michelin star), who was the chef for the wedding of George Clooney in Venice with Amal Alamuddin. After all, among the metals silver is the best conductor of heat; it releases no flavors, and brings out the taste of the ingredients; it does not interact with them when it comes into contact, so it is healthier than all the other metal alloys. Amidst the exquisite repasts simmered in costly 925 silver pans, there have to be divine nectars from France and Italy, champagnes and spumanti, from companies that are also getting more closely involved in the worlds of art and design. In the large French area of Reims-Epernay, the major maisons de champagne compete to put together art collections or sporadic artistic interventions on their domaines (on these pages, documentation of the art-design exploits of the most famous brands, from Veuve Clicquot to Ruinart, Mumm and Moët & Chandon, Laurent-Perrier to Perrier-Jouët). Also away from the estates, every year since 1999 Nicolas Feuillatte (the world's third largest reality for champagne, and number one in France) launches his initiative *Artiste de l'Année*. The man with the same name as the company still exists today: he comes from a large family of distributors (Cafés Richard) and has been a leading jet-set figure

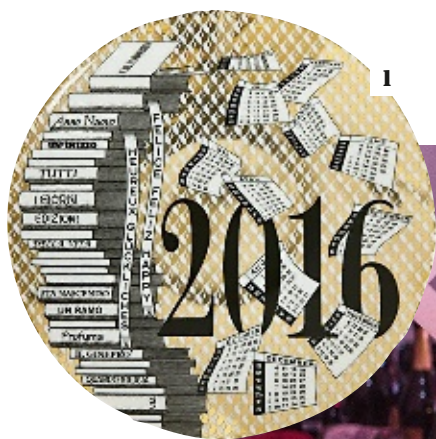
## NEW YEAR'S DAY FOR ART AND DESIGN

Some pass through castles, others through catacombs, glaciers or tropical climes. The New Year inspires and unleashes due to its symbolic value, and its way of boosting consumption, taking the form of sumptuous dinners. From the one on paper of Comieco (the National Consortium for the

recovery and recycling of cellulose-base packaging), presented in the volume *Paper Design*, exploring the multiple and surprising re-uses of paper and cardboard, to those you can prepare yourself thanks to precious silver cookware ("Cooking in pure materials is the only healthy cooking") launched

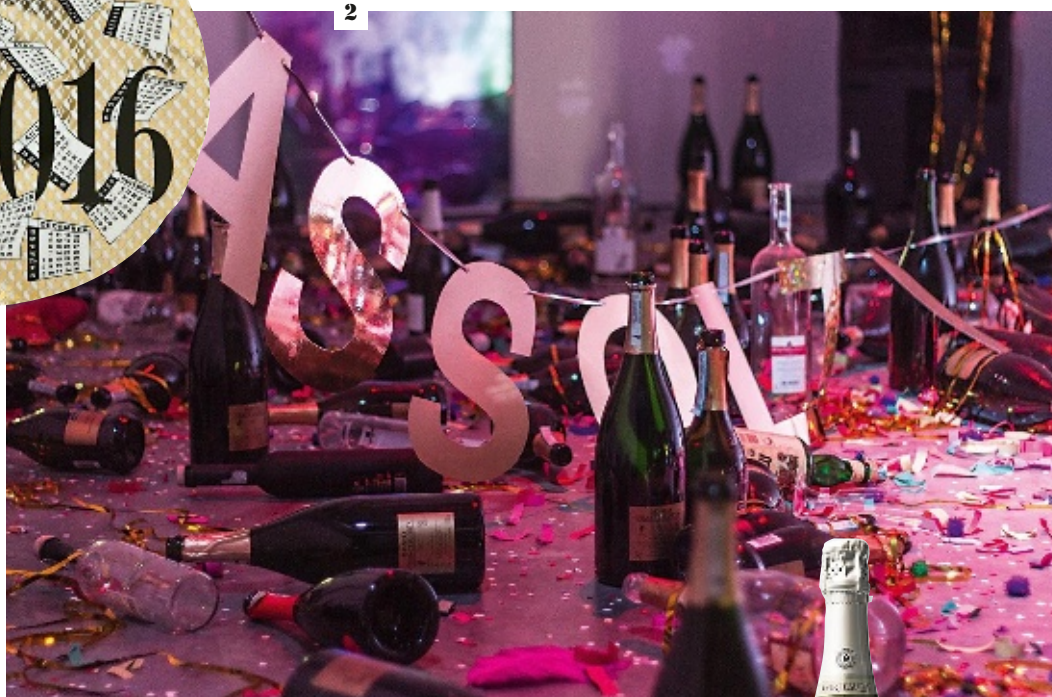


1. 49TH ANNUAL EDITION OF THE LIMITED EDITION CALENDAR PLATE (PORCELAIN AND GOLD LEAF) BY FORNASETTI, A TRADITION BEGUN IN 1968 BY PIERO FORNASETTI AND CONTINUED BY HIS SON BARNABA.



1

2. DOVE ANDIAMO A BALLARE STASERA?, THE INSTALLATION (2015) BY GOLDSCHMIED & CHIARI AT THE MUSEION IN BOLZANO, AS PART OF L'ALBERO DELLA CUCCAGNA. NUTRIMENTI DELL'ARTE, A COMPLEX NATIONAL EXHIBITION PROJECT CURATED BY ACHILLE BONITO OLIVA.



2

3. RAGÙ, THE PERFUME PRESENTED AT THE LATEST PITTI FRAGRANZE BY FEDERICA CHIEFFO.



3

4. ARGENTA CASSEROLE DISH, DESIGNED BY THE STAR CHEF RICCARDO DE PRÀ OF DOLADA.



4

5. A BOTTLE OF THE SOPHISTICATED SATEN OF CORTEAURA, THE NEWEST WINERY IN FRANCIACORTA, LOCATED IN AN OLD RURAL BUILDING RENOVATED BY FEDERICA MASSAGRANDE.



5

6. THE GRANDE MISE-EN-PLACE OF COMIECO, THE NATIONAL CONSORTIUM FOR THE RECOVERY AND RECYCLING OF CELLULOSE-BASED PACKAGING.



6

since the Sixties, a friend of Jacqueline Kennedy, Maria Callas and Lauren Bacall, even losing his head over one of them, designing and dedicating the precious *Palme d'Or* bottle, a reminder of the pearls that beauty often wore around her neck. Among the new Italian protagonists (2015), we find Corteauro in Franciacorta (on the slopes of Adro, a town already famous in the 13th century for its vineyards), the result of a remarkable work of restructuring and conversion of an old rural building, in complete respect for the surrounding territory. Rigorous architecture by Federica Massagrande (designer and real estate entrepreneur, well known on the Emerald Coast),

which also makes it possible to lengthen the fining process (minimum 25 months instead of the 18 stipulated by the Franciacorta consortium). Then there is also 'support' from Franciacorta for contemporary art, with the important work presented at the Museion in Bolzano, *Dove andiamo a ballare stasera?* (2015) by the duo Goldschmied & Chiari, a site-specific installation that stages the remains of a party (strobe lights, empty bottles, streamers and confetti), a work that reached the newspapers – not just in

Italy – because the cleaning crew of the museum tossed it out, thinking it really was the debris from an opening party... Finally, we should mention the latest artistic perfume presented at *Pitti Fragranze* by Gabriella Chieffo, christened Ragù (pink and black pepper, nutmeg, cardamom, saffron, cloves, orange and bergamot), "evoking the Sundays of the past, when dinner in the home was prepared for hours, filling the rooms with good smells and good company." Hooray for nostalgia! ■ *Olivia Cremascoli*



To celebrate the relationship between the museum institution and the community, for the first ten years of activity of the MADRE museum in Naples – located in the 19th-century Palazzo Donnaregina, with a conversion project by Alvaro Siza Vieira – two site-specific works have been commissioned by the museum to the French artist Daniel Buren (Boulogne-Billancourt, 1938), a leading figure on the contemporary scene. Buren made the two works at different times, concentrating on the area of the museum entrance with the installation *Axer/Désaxer* (2015), a spectacular work on an architectural scale created for the MADRE lobby.



DANIEL BUREN, *AXER/DÉSAXER*, 2015, WHITE MARBLE (THASSOS), BLACK MARBLE (ZIMBABWE), DIBOND® (ORANGE, YELLOW, MIRROR), PVC (WHITE, BLACK, ORANGE), MOULDING (BLUE, WHITE), WHITE METAL PANELS, ELECTRICITY-LEDS (COURTESY OF THE ARTIST) GALLERIA CONTINUA, SAN GIMIGNANO AND STUDIO TRISORIO, NAPLES - PHOTO © AMEDEO BENESTANTE



## BUREN FOR THE LOBBY OF THE MADRE MUSEUM

Facing the street at an angle, the museum building is 'rotated' by the artist's intervention, returning to be on axis with Via Settembrini. Using black and white marble strips measuring 8.7 cm (a recurring motif in the artist's site-specific works), the new cladding of the entrance suggests an unusual perspective with respect to the street, making the museum emerge from itself to embrace the city around it, while a

pavilion-structure composed of colored surfaces and mirrors reverberates and enhances the new imaginary axonometric. The artist acts on the vantage point of the viewer, creating a space of perceptive and cognitive mobility, of vision, mediation, attraction and reciprocity, where interior and exterior, museum and community interpenetrate to the point of mingling. Each visitor is thus welcomed and

urged, at a glance, to become part of the work and to take an active part in the relationship it represents between the institutional sphere and public dynamics. Buren makes works whose visual virtues are always associated with theoretical values, whose emblematic feature might be summed up in the comprehension and use of the notion of 'in situ,' an expression with which the artist himself indicates the close relationship between his projects and the places where they are installed. ■ *Olivia Cremascoli*

# HAUTE NATURE



© 2016 Antolini Luigi. All Rights reserved.

Dalmata (Marmo)

per gentile concessione di AVANDAD

Antolini crede nel potere di ciò che è autentico. La maestosa forza di madre natura racchiusa in sorprendenti creazioni. Creato dalla natura, perfezionato in Italia.

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

**Antolini**<sup>®</sup>  
ITALY





1. PATTI SMITH  
2. SHIRIN NESHAT  
3. YOKO ONO

“When Pirelli contacted me,” says Annie Leibovitz, “they suggested the idea of photographing women who have become distinguished. And I wanted the photographs to show them exactly as they are, without artifice.”



2

United States in 2007; and the one of Demi Moore, seven months pregnant, nude... In effect, Annie Leibovitz has earned her chic and intellectual aura, also thanks to a personal life outside the box (companion of Susan Sontag for decades, a first child at the age of 51, and two others from surrogate mothers). She has always set trends and will certainly continue to do so with the post-feminist ‘revolution’ of *The Cal*, which suddenly presents women wearing clothing, and even women in their eighties: the 2016 edition features images of 13 women who have made great achievements in professional, cultural, social or sporting life: the actress Yao Chen, first Chinese ambassador of the UN Refugee Agency (UNHCR); the Russian top model Natalia Vodianova, founder of the philanthropic organization Naked Heart Russia; the producer Kathleen Kennedy, president of Lucasfilm and one of the most important figures in Hollywood; art collector and patron Agnes Gund, president emerita of MoMA NY; the tennis star Serena Williams, number

## PIRELLI THE CAL 2016

The 2016 edition of the coveted *Pirelli Calendar* ([www.pirellicalendar.com](http://www.pirellicalendar.com)), the 43rd since its birth, is by one of the most famous portrait photographers in the world, the American Annie Leibovitz, who knows something about calendars because she has already done one for Pirelli in 2000, and another for Lavazza, in 2009. Anna-Lou Leibovitz (born in 1949), who adores Richard Avedon, became famous during her 13 years (1970-1983) as a photographer for the magazine *Rolling Stone*, an experience that opened many doors for her: from the glossy mags of Condé Nast USA (*Vogue* and *Vanity Fair*) to ad campaigns for major international corporations, from American Express to Louis Vuitton. Some of her portraits

of celebrities have gone down in history, like the one of Yoko Ono and John Lennon embracing in bed the day before he was shot; or Queen Elizabeth II during her visit to the

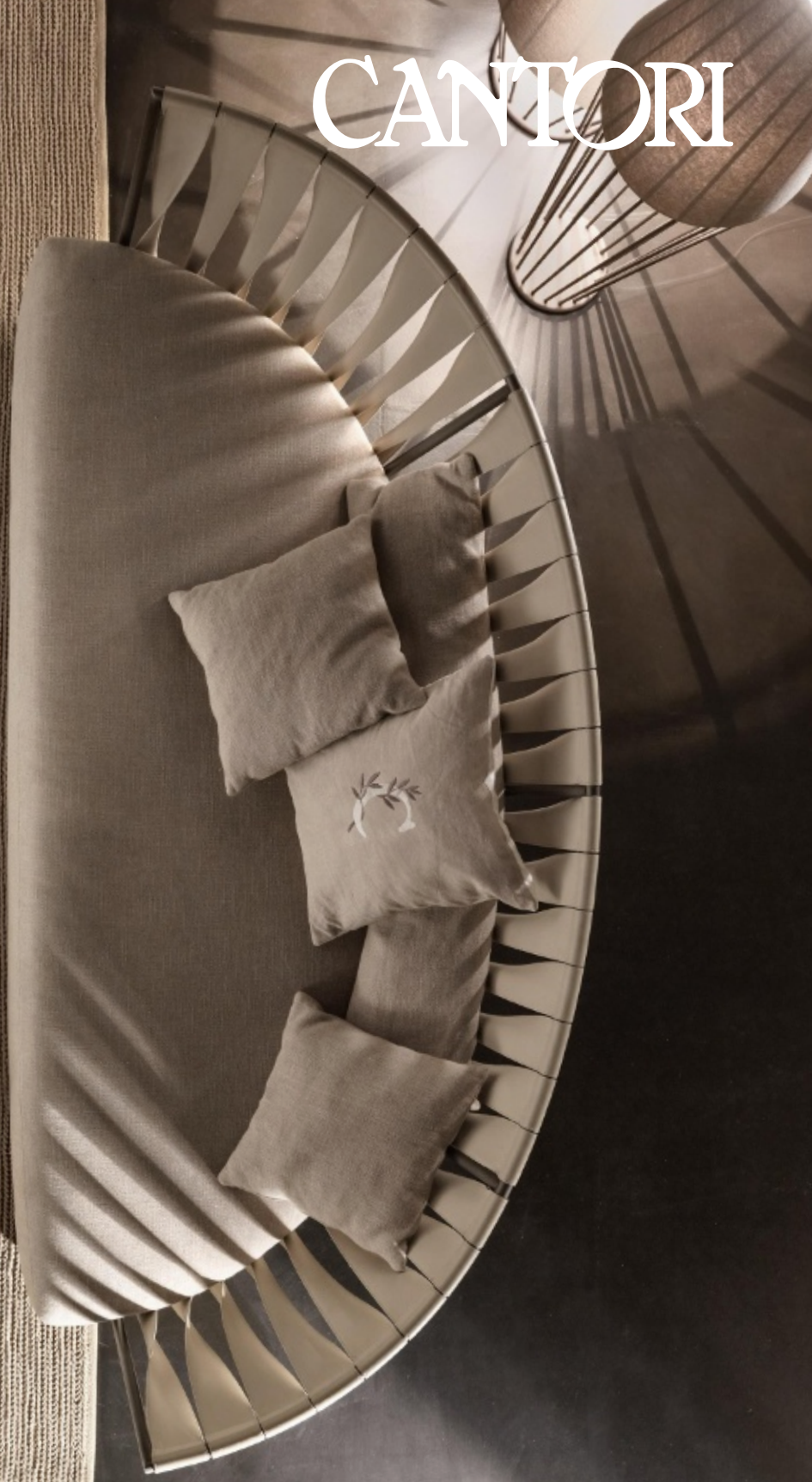


3

one in the world; the critic and writer Fran Lebowitz; the president of Ariel Investments Melody Hobson, engaged in philanthropy projects in Chicago; the director Ava DuVernay, known for having directed – among others – the film nominated for the Academy Awards in 2015, *Selma*; blogger Tavi Gevinson, founder of the blog *Style Rookie* and the online magazine *Rookie*; Iranian artist Shirin Neshat; the artist, musician and performer Yoko Ono; the rock poet Patti Smith; and the actress-comedienne Amy Schumer. The shots were made in July at a studio in New York and the only negative critique might have to do with the choice of a single, intentionally shabby backdrop. ■  
*Olivia Cremascoli*



# CANTORI



Divano Twist, pouf George, tavolini City e illuminazione Sofia.  
Complementi e Accessori by Cantori.  
Design: Castello Lagravinese studio.

Maison Objet di Parigi, 22-26 Gennaio 2016, Pad 5B - Stand L7

[www.cantori.it](http://www.cantori.it) +39 071 730051





IN THE IMAGES, THE SMALL SERIES OF ALBERO VASES, DESIGNED AND HANDMADE BY GAETANO PESCE IN PAPIER MÂCHÉ AND POLYURETHANE (COURTESY OF GAETANO PESCE'S OFFICE, PHOTOGRAPHER SEBASTIAN PIRAS).



## GAETANO PESCE: THE ALBERO VASES

“Nature spontaneously keeps us well. Do not resist her!”  
*Henry David Thoreau*



“The vases of the *Albero* series are another work that underlines the importance of figuration in the design of objects. As I have asserted for years, abstraction is no longer capable of warming and attracting our curiosity and stimulating our imagination. These ‘trees,’ when touched, behave a bit like the wind that blows and moves their volume. In short, they are objects that speak of nature as an indispensable presence in our life.”  
*Gaetano Pesce, New York City, November 2015*

As Pesce (born in 1939) narrates, this is a tribute to nature, a small, brand new crafted series of vases – *Albero* large (h 55x80 cm), *Albero* medium (h 56x60, base diameter 34 cm), *Albero* small (h 21, base 22, upper diameter 8 cm), *Toscana* (h 104x35, base diameter 20 cm) – made by hand by the designer in his workshop in Brooklyn. They are all experimental one-offs, based on a research project conducted in 2015, using the materials *papier mâché* and multicolored polyurethane. ■



Foto: Luigi Cerro. Stylist: Paola Citterio. Thanks to



ROYAL  
Linea Live In  
+39.031.860113-874437  
besanamoquette.com



*Always time for you.*







# The original home perfume

## **The culture of environmental fragrances of CULTI MILANO has a constantly evolving 25-year history**

Since its founding, CULTI MILANO has focused on the production and marketing of environmental scents. Its claim to be "the original home perfume" expresses one of its main values: originality. CULTI MILANO is still the pioneer, the inventor of the famous system of scent diffusers using wicker sticks.

Another important value for the company is uniqueness, connected with the purity and quality of the fragrances, the exclusivity of the aromas, which spread gently through rooms but produce a lasting effect.

The company reports to INTEK GROUP Spa, a holding company diversified in various production, financial and service sectors.

Today, with the arrival of Pierpaolo Manes, the company is going through a process of renewal and reorganization of products, marketing and image.

The CULTI MILANO boutique at Corso Venezia 53 has recently been renovated: a space on two levels, for a total of about 287 square meters. The goal of the project is to create a multisensory space in which to convey the values of the brand and of CULTI products.

One of the new developments is the launch of the new e-commerce site [www.culti.com](http://www.culti.com), with the active presence of the firm in the main social networks, alongside a new approach to more traditional forms of communication.





The completely renovated CULTI MILANO boutique on Corso Venezia offers a multisensory experience of lights, colors and fragrances for customers.

The two new CULTI MILANO collections: Colours and Black Label.



The collections of products, fragrances and packaging have also been updated to offer customers a complete, original range, with appealing packaging, refined and elegant design, communicating the values of CULTI MILANO production.

At the upcoming fairs in Paris (Maison&Objet) and Frankfurt (Ambiente), CULTI MILANO will also present the new COLOURS collection, created to bring greater personality and versatility to spaces: bottles in colors coordinated with the tops and labels, and the new packaging. Four colors that add character to the glass bottles and maple stoppers, in orange, green, brown and blue, combined with paper labels and placed in the elegant new champagne-tone packaging with colored borders, completely redesigned. The fragrances of this new collection are ARAMARA, MAREMINERALE, THE' and TESSUTO, available in four different sizes: 250, 500, 1000 and 4300 ml. The products also come with a separate case containing natural wicker or high-tech sticks to match each size.

For lovers of intense perfumes, the new BLACK LABEL collection has been developed with a single exclusive fragrance, L'OUDESS, available in 500 and 2700 ml bottles, accompanied by natural wicker or high-tech sticks depending on the size, again in a separate case.

The matte black bottle expresses elegance and uniqueness, like the stopper in manganese stained maple and the label in black painted paper. COLOURS and BLACK LABEL represent the new direction of CULTI MILANO and bear witness to the company's spirit of renewal, following its tradition of high quality and sober refinement.

www.culti.com  
 FB: CULTI Milano  
 Instagram: CULTI\_MILANO  
 Pinterest: CULTI\_Milano



# WHEN THE KIOSQUE IS BY THE BOUROULLECS



The French duo designs a *modular pavilion* in painted steel, assembled like a construction game. The first prototype of a series of kiosks scattered around Paris to host social and cultural initiatives



ON THE FACING PAGE AND TO THE RIGHT, TWO DAY/NIGHT IMAGES OF THE PROTOTYPE BUILT AT THE TUILERIES GARDEN, WHERE IT WAS PRESENTED FOR THE FIRST TIME IN PARIS (LOWER RIGHT, THE LUMINOUS INTERNAL SPACE). THE SMALL PHOTOS SHOW THE ASSEMBLY FRAMEWORK OF THE MODEL IN THE STUDIO, AN EXACT 'PHOTOCOPY' OF WHAT HAPPENS IN REALITY (IMAGE OF THE ASSEMBLY OF THE ROOF IN THE TUILERIES GARDEN).



**E**ight meters long and almost three meters wide; it arrives on a flatbed truck and is assembled in three hours. It's the latest (mini) project of the Bouroullec brothers, based on the principles of design for assembly and disassembly, which means thinking about architecture as an object that can be broken down into parts, assembled like a construction game, and recyclable as well. A philosophy of 'making' that fits right into the design history of the French duo, because as Erwan Bouroullec emphasizes, "there is always a sort of responsibility or everyday ethic that accompanies our work." 'Kiosque' – as it is called – starts as a prototype for a new store concept, commissioned to the French designers by the real estate company Emerge.

The first one has been placed along the tree-lined avenues of the Tuileries Garden, in Paris, and donated to the city for social and cultural projects. The structure is composed of modular steel parts alternating with large windows, which coincide with the elevation on the short sides: a system of sliding panels, however, makes it possible to completely darken the facades. A large 'accordion' roof is placed atop the building, with large overhangs around the edge (containing the lights), to create shade and shelter from the weather, as well as a pleasant outdoor space below. The uses for the object are many: from retailing to temporary exhibitions, neighborhood meetings to public assemblies (video: <https://vimeo.com/140410062>). ■  
*Laura Ragazzola*







1

1. THE LAUNDRESS HOME CLEANING COLLECTION: FROM DISH SOAP TO DETERGENTS FOR MIRRORS AND GLASS, WHITENERS TO AROMATIC VINEGAR.
2. THE SIGNATURE COLLECTION OF THE LAUNDRESS, CREATED FOR HOME LINENS: FROM STAINPROOFING TO FABRIC CONDITIONERS.
3. GWEN WHITING AND LINDSEY WIEBER, THE TWO ECOLOGICAL 'LAUNDRESSES' OF NEW YORK.
4. THE FIRST LAUNDRESS BOUTIQUE, ON PRINCE STREET IN SOHO, MANHATTAN.

2



## THE LAUNDRESS: ECO-CHIC IN NYC



3

Lindsey Wieber e Gwen Whiting, graduates of Cornell University in Ithaca with degrees in Design & Management of textiles and fashion, and professional experience in sales, management and development of products for Chanel and Ralph Lauren, created their own brand in 2004, The Laundress, a line of products for the washing and care of fine fabrics (clothing, first of all, but also home linens and furnishing fabrics). The products are biodegradable and eco-friendly, free of chemical additives, synthetic fragrances, petroleum, ammonia, chloride, bleach, sulfates, phosphates, coloring agents and animal fats. "We have an eco-chic line of products and accessories (like the Sweater Comb and Sweater Stone,

to eliminate pilling on knits, ed.) for the laundry and the home, using only natural ingredients, created to respect people and the environment," they say. The detergents of The Laundress ([www.thelaundress.com](http://www.thelaundress.com)), for both hand and machine washing, are enriched with active ingredients to recognize different types of stains and eliminate them without damaging fabrics. In 2010 Wieber and Whiting also launched a specific line for home cleaning, boasting the highest concentration of active ingredients (enzymes and surface-active vegetable substances), non-toxic and scented with fragrance N° 247

A brilliant marketing idea for two cultured New Yorkers: to revive the domestic concept of laundry – for precious, costly fabrics – and to become elegant ecological 'laundresses'

(the street number of their office in Manhattan), a mixture of essential oils developed with Le Labo Fragrances of Elizabeth Street, close to where they have opened their first boutique (on Prince Street). ■ *Olivia Cremascoli*



4



*BECAUSE IDEAS  
CAN BE HOT  
AND COLD.*

GIOTTO  
STAINLESS STEEL AISI 316 L  
Light-gold finish  
Design Natalino Malasorti  
Made in Italy

CEA

CEA BASSANO  
Via A. De Gasperi, 48 / Pianezze / VI

CEA MILANO  
Via Brera, 9 / Milano

[ceadesign.it](http://ceadesign.it)





**A fine selection of motifs, high-quality yarns and extreme expertise make BROCHIER an internationally renowned manufacturer of high-end fabric editions**

# A choice of style



From 21 to 25 January, at Paris Déco Off, BROCHIER presents its new Regina collection of furnishing fabrics, in the showroom Galerie de l'Europe, Rue de Seine 55.

Regina offers an interesting combination of motifs, colors and workmanship of the highest quality. Corte has a rustic tone, made in 100% natural fibers with a geometric motif in a range of lively colors and mélange versions. Thanks to coordinated colors, it works perfectly with Morgana, which can be seen as the outstanding fabric of the collection, in terms of both workmanship and design. Precious and elegant, Morgana features a floral pattern painted by hand and then transformed into a luxurious jacquard weave.

BROCHIER is the furnishings division of the group Clerici Tessuto, one of the world's most important corporations in the luxury sector. Being part of Clerici Tessuto means being able to control the entire production chain, from the choice of raw materials to the weaving and printing of fabrics.

The BROCHIER collection is available in the most prestigious showrooms around the world, and offers a wide range of fabrics, colors and combinations: fine silks, prints and jacquards in large sizes, soft velvets, stripes and damasks in natural fiber, specific yarns for outdoor use and technical flameproof yarns for the contract market.

In the photo, fabrics from the new Regina collection by BROCHIER: in the big loft, armchair in Paggio striped fabric and cushion made with the Corte fabric, a geometric motif in 100% natural fiber. In the small photo, detail of the Morgana jacquard fabric.



**PRODUCTION**  
Via Belvedere 1/A  
Grandate (CO)

**SHOWROOM**  
Viale Certosa 23  
20149 Milano

**brochier.it**  
**info@brochier.it**  
+39 031455330



# ARBI

BATHROOM



**Arbi Arredobagno**  
Maron di Brugnera (PN)

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



# LookINg AROUND

HI-TECH

1. THE THREE SIZES AND THREE COLORS OF SAMSUNG SERIF 2.4. RESTING ON THE FLOOR OR EQUIPPED WITH METAL LEGS, THE NEW SAMSUNG TV BECOMES A TRUE DECOR FEATURE. 3. THE BROTHERS RONAN AND ERWAN BOUROULLEC.

## RÉTRO STYLE



They design *objects* by thinking about the *surroundings*: with this spirit, the Bouroullec brothers have designed Samsung *Serif*. And the television becomes a *piece of furniture*

It's called Serif because its profile looks like the capital I of a well-known font. The latest offering from Samsung is a television that casts off its technological look in favor of forms, colors and materials of bygone days. Behind the project lies the creative verve, beyond the boundaries of the obvious, often bucking trends, of the brothers Ronan and Erwan Bouroullec, trying their hand(s) for the first time with a design object in the world of electronics. Back to the past for the TV segment: ignoring the concept of the ultraslim set, Serif has a flat screen wrapped by a frame in white (all models), blue (large and medium) or red (mini). In this way, the television gets beyond its function as a technological instrument to become a true decor feature, made with materials and colors that are more like the ones used to make furniture than those involved in traditional electronic gear for the home. The other new developments are a fabric panel on the back to hide ports and cables, and the "curtain mode" interface (digital decoration, almost a curtain) on the screen when the unit is on stand-by. Serif can be placed on the floor or equipped with slender metal legs. Available in 24, 32 or 40 inch versions. ■



# Twils®



**Imm COLOGNE**

**18 / 24 January 2016  
hall 11.1 stand A-001**



[www.twils.it](http://www.twils.it)  
[www.mytwils.it](http://www.mytwils.it)

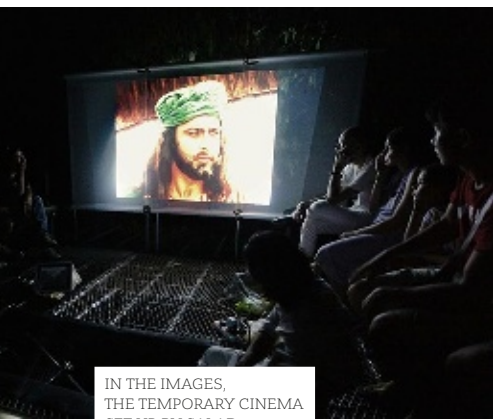
Letto Frame  
Design: Monica Graffeo





# SANDOKAN IN SANDAKAN

A feat worthy of a visionary filmmaker like Herzog, organized by the Salad Dressing landscape architecture studio: to project the famous film based on the books by Salgari amidst the treetops of the rain forest in Borneo



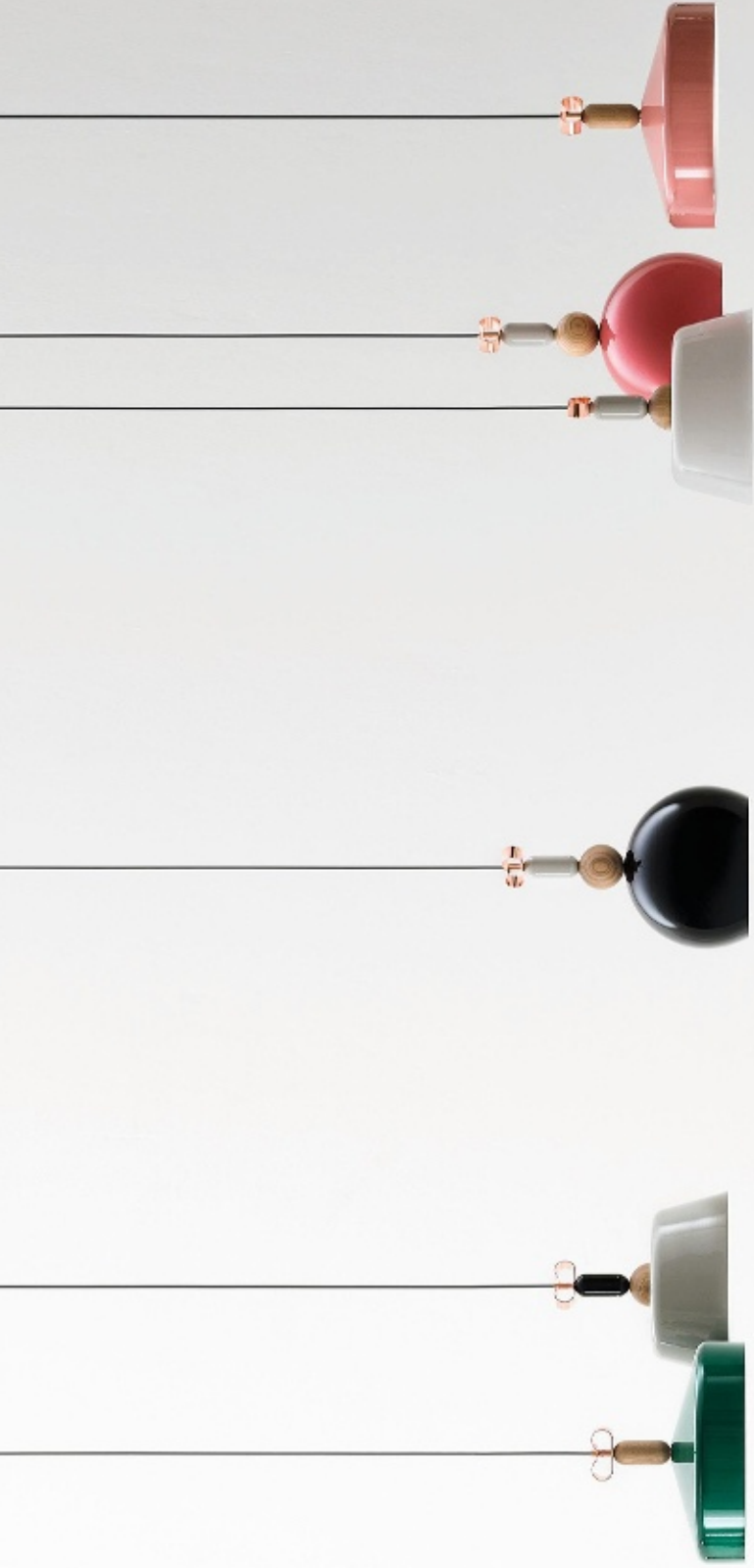
IN THE IMAGES, THE TEMPORARY CINEMA SET UP BY SALAD DRESSING AMIDST THE TREETOPS OF THE FOREST OF SANDAKAN, DURING THE BORNEO RHYTHMS OF RIMBA WILDLIFE FESTIVAL.

As most people know, Emilio Salgari wrote adventure novels set in exotic climes (from Malaysia to the Antilles to Papuaia) he had never actually visited. To get information, he went to the Biblioteca Civica Centrale in Turin to gaze at maps and read travel diaries. This background adds value to a 'visionary' undertaking – worthy of an extreme filmmaker like Werner Herzog – organized by Salad Dressing (a landscape architecture studio based in Singapore), namely the projection of the made-for-TV film Sandokan by Sergio Sollima (1976, based on the famous novels by Salgari) at Sandakan, in the forests of Malaysian Borneo: a romantic way to 'present' to the population of Sandokan's country of origin (Borneo) a character known and loved in Europe, and a fitting tribute to a great writer, ideally (and finally) brought to those tropical zones he narrated in such detail without ever having experienced them directly. The Sandokan

at Sandakan project was produced by Salad Dressing for the occasion of the Borneo Rhythms of Rimba Wildlife Festival, an event organized by the non-profit organization Future Alam Borneo (FAB) with the goal of spreading environmental awareness regarding the wild nature of Borneo. For the screening a temporary theater was installed amidst the tops of the gigantic trees of the tropical forest: an operation to bridge the gap between distant peoples and cultures, and to confirm the storytelling power of the seventh art. ■ Andrea Pirruccio







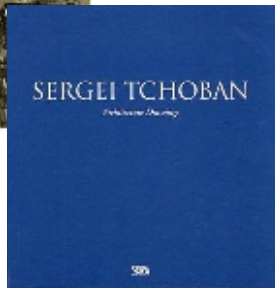
**BON TON**  
Design Cristina Celestino







SERGEI TCHOBAN, "THE URBAN LAYERS 1", 2014. WATERCOLOR, GOUACHE ON PAPER, 60 X 40.2 CM.



### SERGEI TCHOBAN – ARCHITECTURE DRAWINGS

ed. Luca Molinari, SKIRA Editore 2015, 240 pages, € 62.00.

Sergei Tchoban, the architect from St. Petersburg born in 1962, has always combined professional activity with a passion for architectural drawing, collecting works from different historical periods and making freehand drawings of real or imagined buildings and cityscapes. He has created an entire museum on architectural drawing (Tchoban Foundation in Berlin), and in this book he offers a fine selection of his own drawings from the last decade. The graphic and pictorial work of Sergei Tchoban might be interpreted, at first glance, as part of the dense, versatile and significant practice of experimentation and research known as 'painted architecture,' while at the same time it is a representation that meets with direct application in the practice of construction, where Tchoban operates as the designer of large works, skyscrapers, city parts. The narrative depth, the historical and autobiographical memory, the focus on his city, St. Petersburg, formerly Leningrad, blend in a continuous present of graphic and pictorial invention that cannot and will not overlook the real project, the terrain of work, the project of constructed architecture. In the fine series of watercolors, various aspects emerge that are connected to his way of designing, transforming 'compositional fantasy' into a tool of operative reflection. The drawings, organized in three chapters (Sketches, Diaries and Observations; Water and Cities; Visions, Follies and Fantasies), are introduced by two contributions by Santiago Calatrava and Massimiliano Fuksas, and an interview conducted by Luca Molinari.

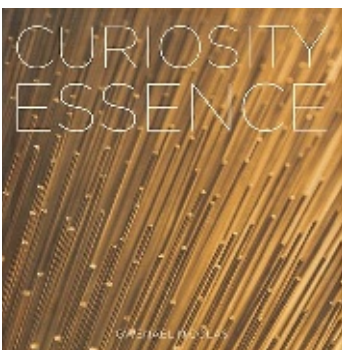
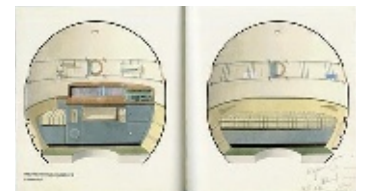
### GALINA BALASHOVA, ARCHITECT OF THE SOVIET SPACE PROGRAMME

by Philipp Meuser, DOM Publishers 2015, 160 pages, € 28.00.

Galina Balashova was born in 1931 at Kolomna, a city 100 km southeast of Moscow. She studied at the Moscow Architecture Institute and after a few years worked exclusively, for 29 years, for the Soviet space program, becoming the architect of the cosmonauts. She designed the interiors of the Soyuz space capsules, the Mir and Salyut space stations, and the more recent Buran space shuttle at the end of the 1970s. This was a top secret program of work whose drawings and studies were never released, and are seen for the first time in this book. As unknown to critics as her work done with passion and dedication for nearly three decades, Galina Balashova designed even the smallest details of furnishings and interiors, defining a clear materic-chromatic palette in minimum, highly specialized spaces, including a focus on comfort and even decor. Her job was to improve the life of cosmonauts in architectural capsules floating in space, with a high level of experimentation in terms of technology and design, illustrated and narrated by Balashova herself in the chapter "My Life Under the Stars." This intriguing monograph thus takes on the value of a historical document, with color reproductions of watercolors of internal perspectives of spaces designed and built for Soviet space missions. The research seems very timely today, also with respect to the solutions now appearing for emergency shelter capsules that combine the dimensions of architecture and design.



GALINA BALASHOVA, FINAL DRAWING FOR THE INTERIOR OF THE SOYUZ MODULE, 1964.



### CURIOSITY ESSENCE – GWENAEL NICOLAS

ed. Gwenael Nicolas, LOFT Publications 2015, 272 pages, € 47.90.

To narrate the first 20 years of activity of the CURIOSITY studio founded in Japan by Gwenael Nicolas, the French designer born in 1966, this book gathers – under the title "The Art of Encounter" (the purpose and meaning of design, in Nicolas's intentions) – a selection of works that underline the character of research aimed at continuously redefining the boundaries between architecture, interiors and product design in a synergic, interconnected way. The art of installation mixes in refined and continuous links with the definition of exclusive stores for leading fashion brands (from Issey Miyake to Louis Vuitton, Fendi to Berluti to Moynat). Interior design and the creation of furnishings for specific occasions and places become a sort of choreographic process of control of the various parts, in which

the theatrical dimension, seen as the definition of a fixed set for encounters, is also the space of a retail facility or restaurant, a lobby for offices or a spa for personal care. The theatrical invention is accompanied by absolute attention to detail and a surprising materic-chromatic palette, with control over lighting to enhance the products on display (in the case of retail spaces), projected with precision to define spaces that always stand out for their great aesthetic quality and emotional impact. ■ Matteo Vercelloni

CURIOSITY, SENSAI SELECT SPA, INTERLAKEN, SWITZERLAND, 2009.







**TIME COLLECTION**  
ELEMENTI NERO OPACO NEBBIA OPACO  
PIANO PORFIDO SNACK ROVERE NATURALE

[arredo3.it](http://arredo3.it)





### EXHIBITIONS

#### P29. COMUNITÀ ITALIA

La mostra, in 'cartellone' a Milano sino al 6 marzo 2016 al piano terra del Palazzo dell'Arte, si propone di sintetizzare mezzo secolo di storia italiana, e precisamente dal 1945 al 2000, scegliendo come (particolare) punto di vista quello dell'architettura. Le 120 opere scelte come nucleo espositivo centrale della mostra - modelli, disegni originali ma anche album che ne illustrano i dettagli progettuali - raccontano, infatti, la complessa vicenda dell'architettura italiana del secondo Novecento grazie a una trattazione ampia ed esaustiva, che porta la firma di Alberto Ferlenga e Marco Biraghi, curatori della mostra. Da Ludovico Quaroni a Ignazio Gardella, da Aldo Rossi a Ettore Sottsass, da Carlo Scarpa a Renzo Piano, sono presenti i lavori dei massimi protagonisti che hanno tracciato la storia del progetto italiano, senza però trascurare anche opere e figure meno celebrate (e quindi note al grande pubblico) ma altrettanto importanti, come Paolo Soleri o Arturo Mezzedini. "Comunità Italia. Architettura, città, paesaggio. 1945-2000", 28 novembre 2015 - 6 marzo 2016.

**DIDASCALIE:** In alto, uno scorcio della mostra e a sinistra, disegno di Ettore Sottsass, uno dei protagonisti dell'esposizione milanese.

### ART PROJECTS

#### P30. PIEMONTE HANDMADE

Curata da Angela Rui, la mostra "QUI/ORA - IO/NOI. Piemonte Handmade" rientra nell'ambito del progetto di valorizzazione dell'artigianato piemontese realizzato dal Festival del Design Indipendente Opera e con il supporto della Regione Piemonte, e raccoglie i progetti nati dalla collaborazione tra dodici artigiani piemontesi e altrettanti designer italiani. Il risultato, come scrive Angela Rui nella sua introduzione presente nel catalogo, "è una varietà di prodotti nati dalla contaminazione tra due mondi-soggetti, due universi narrativi, due codici progettuali che, pur coesistenti e spesso vicini, necessitano di occasioni in cui ascoltarsi, esprimersi, mettersi in atto, diventare oggetto. Ciascuno di essi riproduce una dimensione del contemporaneo in cui è facile riconoscere le rispettive radici storiche e provenienze culturali, ma insieme producono qualcosa di inedito". Tra i 12 progetti nati dalla collaborazione tra artigiani e progettisti, da citare almeno Libroinfinito (sopra), realizzato da Giulio Iacchetti con Alberto Tallone Editore (un volume, in cui la costa, po-



siziona al centro dell'oggetto, separa in due parti identiche i sedicesimi che lo compongono, così da rendere 'infinita' e circolare la sua leggibilità, mentre il possibile contenuto, tutto da inventare, è ordinato da un abecedario stampato in un carattere disegnato da Tallone nel 1949) e la famiglia di oggetti in metallo Patch (a sinistra), sviluppata da Paolo Ulian con Reale Restauri (un sistema composto da tessere in ottone ottenute dalla lamiera piana, ritagliata in modo da poterle piegare solo alcune parti e trasformabile in una serie di moduli tridimensionali, ognuno dei quali firmato dall'artigiano che è intervenuto lavorando con un decoro a sbalzo le varie tessere).

La sede della Fondazione Eni Enrico Mattei (FEEM) ha ospitato "Franco Fontana Architectural Abstractions. Photographs of Expo Milano 2015", mostra che, attraverso 42 opere fotografiche, documenta il lavoro realizzato dal celebre fotografo presso il sito espositivo di Expo 2015. Le foto architettoniche di Fontana, tutte scattate in esterna e deputate a ritrarre alcuni dei padiglioni presenti alla manifestazione, sono capaci di offrire un volto inedito alle prospettive più volte scandagliate dai milioni di scatti (professionistici e non) realizzati durante i sei mesi di durata dell'esposizione universale. "Mi sono avvicinato a Expo con gli occhi stupiti di un bambino", ha dichiarato Fontana (a destra),

#### EXPO PER IMMAGINI

La sede della Fondazione Eni Enrico Mattei (FEEM) ha ospitato "Franco Fontana Architectural Abstractions. Photographs of Expo Milano 2015", mostra che, attraverso 42 opere fotografiche, documenta il lavoro realizzato dal celebre fotografo presso il sito espositivo di Expo 2015. Le foto architettoniche di Fontana, tutte scattate in esterna e deputate a ritrarre alcuni dei padiglioni presenti alla manifestazione, sono capaci di offrire un volto inedito alle prospettive più volte scandagliate dai milioni di scatti (professionistici e non) realizzati durante i sei mesi di durata dell'esposizione universale. "Mi sono avvicinato a Expo con gli occhi stupiti di un bambino", ha dichiarato Fontana (a destra),



"testimoniando il mio modo di rendere visibile l'invisibile, esprimendo quello che già conosciamo, poiché l'invisibile è l'anima. Quello che ho visto era una parte di conoscenza che possedevo già, che ho interpretato ed espresso, dando significato alle forme e offrendo una testimonianza della vita delle forme stesse. Fotografo ciò che penso, il pensiero mi identifica. La macchina fotografica è solo un feticcio". Inoltre, come corollario della mostra e grazie all'esclusiva e innovativa tecnologia offerta dalla Canon DreamLabo 5000 (che permette di ottenere stampe in altissima definizione rispetto ai formati tradizionali e a impatto zero sull'ambiente), è stato prodotto un hdbook in edizione limitata a 184 copie, libro fotografico che racchiude una selezione delle opere dell'artista.

### BOOKS

#### P32. COLTIVARE E CUSTODIRE

Tra le colline del Chianti si trova il borgo di Ama (Siena), che Marco Pallanti e Lorenza Sebasti hanno scelto per far nascere la loro azienda, produttrice di olio e vini (secondo la classifica 2014 dell'americana Wine Spectator, considerata la Bibbia del vino, tra 18 mila vini testati il Chianti classico San Lorenzo gran selezione 2010 - Castello di Ama è l'unico vino italiano a essere stato inserito nella Top ten), e il loro progetto Castello di Ama per l'arte contemporanea, nato nel 2000 d'intesa con la Galleria Continua di San Gimignano e i suoi celebri artisti, da Louise Bourgeois ad Anish Kapoor (le cui installazioni ad Ama costituiscono oggi una delle più rilevanti collezioni private italiane d'arte contemporanea). La storia del Castello di Ama è stata ora raccolta in *Coltivare e custodire* (Corraini editore), libro che racconta un straordinario percorso fra dedizione alla terra e amore per il bello-cerebrale, illustrato con tavole acquarellate di Federico Maggioni e fotografie di Alessandro Moggi. Risalente al XII secolo, Castello di Ama - che ha da poco inaugurato, all'interno della settecentesca villa Ricucci, tre suites per eco-turismo ispirate ai suoi maggiori crus (San Lorenzo, Apparita, Bellavista) e arredate da Edra, nonché un ristorante diretto da Giovanni Bonavita, cuoco di famiglia - è visitabile, su prenotazione, scrivendo a [info@castellodiama.com](mailto:info@castellodiama.com) oppure telefonando allo 0577-746031 ([www.castellodiama.com](http://www.castellodiama.com)).



**DIDASCALIE:** La copertina di *Coltivare e custodire* (Corraini editore). Lorenza Pallanti and Marco Sebasti, patrons del Castello di Ama.

#### MILANO. LA CITTÀ DI ESTERNI, DAL 1995

I primi vent'anni (1995-2015) dell'impresa culturale Aprile, in seguito ribattezzata Esterni, vale a dire due decenni di pratica - utopica e piuttosto rivoluzionaria - presso gli spazi pubblici milanesi (ma non solo), vengono oggi raccolti in un libro (440 pagine e più di 850 fotografie, Pixartprinting) ideato tra Milano, Istanbul, New York e Reggio Emilia, tra il maggio e il novembre 2015. "Non abbiamo teorizzato la città utopica perché siamo sempre stati nello spazio pubblico (...), una trincea dalla quale difendere un'idea d'impresa culturale che lavora per accrescere il bene comune. Ciò che leggerete è un percorso nelle città 'possibili' di Esterni, le nostre metropoli oggetto-progetto di cultura e comunicazione", dicono Lorenzo Castellini e Beniamino Saibene, fondatori di Esterni ([www.esterni.org](http://www.esterni.org)). Insomma, un volume che a prima vista parrebbe una guida - ma che guida non è - per una Milano diversa, costituita da spazi pubblici e interessi comuni. Alcuni dei capitoli: da Dove alloggiare a Come spostarsi, da Dove mangiare, bere, far festa a Dove e cosa acquistare, da Parchi e agricoltura a Vie, piazze e luoghi particolari. Da arte e musei a moda, cinema e design.

**DIDASCALIE:** La copertina di *Milano. La città di Esterni, dal 1995*. La suddivisione in capitoli del libro.

### THERMAL ENERGY

#### P34. ESTETICA E FUNZIONALITÀ

Il nuovo radiatore Book di Caleido rivisita il ruolo dell'elemento radiante nell'ambiente domestico, trasformandolo da semplice fonte di calore a oggetto di arredo. Disegnato da Marco Piva, introduce un materiale inedito per l'azienda: l'alluminio. Ottimo conduttore di calore, il foglio di alluminio presenta alle estremità una o due lievi piegature che donano leggerezza e plasticità al radiatore. Realizzabile in diverse finiture, misure e cromatismi, può essere installato in ambienti residenziali e in luoghi pubblici. Dimensioni: 800H X 500L; 1200H X 500L; 1600H X 500L. Finiture: disponibile in tutti i colori della gamma RAL Caleido. Nella versione idraulica o elettrica.



## A TUTTO COLORE

I radiatori Convivium di Cordivari Design, nati dall'estro creativo dell'artista Mariano Moroni, celebrano l'esposizione universale del 2015. Si tratta di un'edizione speciale, ispirata alle tematiche di Expo, con una grafica fresca che esalta la cultura gastronomica mediterranea. Ideali per riscaldare le atmosfere delle sale da pranzo, diventano protagonisti se utilizzati nella versione trittico. La serie è comunque concepita in modo che ogni elemento rappresenti un'opera autonoma da esporre anche singolarmente.

## SEQUENZA RITMATA

Piano Move di Ridea è un sistema termoidraulico di design che offre una soluzione innovativa nel settore del riscaldamento. Gli elementi che lo compongono sono inclinati, alternando movimenti sporgenti e rientranti, secondo una sequenza ritmata di grande effetto estetico. Disegnato da Meneghello Paoletti Associati, è un progetto dalla forte personalità, studiato per essere protagonista in ampi spazi ma anche per caratterizzare piccoli ambienti. Realizzato in alluminio riciclato, ha peso contenuto, richiede un basso quantitativo d'acqua, garantisce tempi di riscaldamento ridotti.

## ELEVATA RESA TERMICA

Ispirati alle pietre calcaree e alle formazioni in arenaria erose di Bryce Canyon, anche i profili verticali in alluminio di Bryce Plus di Vasco creano giochi di luce che cambiano secondo le diverse posizioni in cui viene installato. Il radiatore, di ampie dimensioni, sintetizza una tecnologia e un design capaci di offrire un guadagno di potenza termica fino al 30 per cento. I nuovi accessori, come la barra portasciugamani e l'attaccapanni, presentano una gamma di colori fluo o nero neutro, e varie forme.



## DIMENSIONI RIDOTTE

La linea di Tavola Mo di Antrax, pulita e semplice, richiama la geometricità che già caratterizzava gli altri elementi della collezione. In questo caso, il radiatore, disponibile nella sola versione elettrica, è stato pensato in una dimensione ridotta (900L X 460H X 113P mm) per rendere semplice la sua collocazione. Non-

ostante la compattezza, Tavola Mo è in grado di sfruttare al massimo la tecnologia Antrax IT, riscaldando velocemente l'ambiente grazie a una potenza termica che può raggiungere i 1500 Watt. Realizzato in larga parte in lega di alluminio, è disponibile in oltre duecento varianti cromatiche.

## ALTE PERFORMANCE

Vitalo di Zehnder (design King & Miranda) è caratterizzato dall'utilizzo di materiali di alta qualità e da una conducibilità termica particolarmente efficiente grazie a materiali quali alluminio, rame e grafite. Materiali che garantiscono un basso contenuto di acqua, soli 16 mm di profondità e un peso ridotto (50% in meno rispetto ai tradizionali scaldasalviette). Allo stesso tempo, l'utilizzo di materiali a elevata conducibilità di calore, assicurano una risposta rapida e una potenza termica ottimale. A seconda dell'altezza, una o due scanalature leggermente curve riscaldano salviette e teli bagno.

## COMODI ACCESSORI

Nuovi accessori per Bit (design Brian Sironi), il primo termoarredo di Antoni Lupi. Il portasalviette Barra e il Gancio sono integrati nella struttura del termoarredo per diventare comodi accessori. Realizzato in alluminio riciclato al 100%, Bit è disponibile in tutti i colori a catalogo. Le lievi sporgenze in sequenza ritmica determinano un gioco di ombre e di luci che lo rendono scultoreo, simile a un bassorilievo contemporaneo.

## SOUND DESIGN

### P36. URBAN STYLE

Le cuffie fanno sempre più parte dell'outfit personale, indossate ed esibite da chi desidera ascoltare musica in libertà e ovunque. Per questo motivo devono

rispondere a criteri di estetica e tendenza, trasformandosi in accessori di moda da scegliere secondo gusti e stili particolari, in linea con la propria personalità. Con la linea h.ear, Sony ha reso le cuffie veri style symbol, combinando la qualità sonora più elevata dell'audio ad alta risoluzione con un design originale. Il colore è l'elemento distintivo: Lime Yellow, Viridian Blue, Charcoal Black, Bordeaux Pink, Cinnabar Red.



## DESIGN VINTAGE

Evoke Mio by Sanderson è la nuova radio digitale (FM e DAB+) di Pure dal design vintage, creata in collaborazione con Sanderson, produttore britannico di tessuti e carta da parati. La radio è disponibile in due versioni (Sanderson Chelsea e Dandelion Clocks) e grazie al bluetooth può essere utilizzata come speaker per il proprio smartphone per trasmettere musica in streaming. Inoltre, ingresso ausiliario per iPod/lettore MP3, allarme, sveglia con snooze, timer da cucina, display Oled di alta qualità e telecomando. La batteria ricaricabile opzionale assicura fino a 12-15 ore di ascolto.

## PER AMBIENTI DOMESTICI

BeoPlay A6 è il diffusore senza fili di Bang & Olufsen caratterizzato dalla forma ad arco, con copertura in lana realizzata dal designer danese Jakob Wagner. Si può collegare a smartphone e altri device tramite bluetooth, airplay e dlna. Dispone di due woofer da 5,5 pollici e 60 watt di potenza, due tweeter da 0,75 pollici e 30 watt e uno speaker full-range da 1,5 pollici e 60 watt, ognuno dotato del proprio amplificatore. Oltre al controllo tramite app, BeoPlay A6 è dotato di un sistema di controllo manuale touch: sfiorando verso destra o sinistra il bordo superiore con la mano si alza o abbassa il volume, con un dito si accende, si spegne e si mette in mute.

## IN BRIEF

### P38. ORIGINALITÀ UNTITLED



Untitle homeware presentate in occasione dell'apertura del negozio. Una inedita collezione, progettata da Massimiliano Locatelli, che esplora un nuovo stile di mise en place, in continua evoluzione, personalizzabile, pensata per mescolare a piacere i diversi elementi, realizzati artigianalmente che compongono il catalogo Untitled Homeware, oppure per essere abbinata a servizi da tavola vecchi o già in uso, consentendo ogni volta di creare infinite e differenti combinazioni.

## LUCE IN-FORMA

Ultima entrata nell'eclettico universo dei prodotti di Abet laminati è la nuova finitura Polaris. Frutto della ricerca stilistica e tecnica dell'azienda, leader nella produzione di laminati plastici decorativi, Polaris si distingue per essere una superficie dalle singolari performance: calda e morbida al tatto, è altamente resistente al graffio, al calore e all'urto ed è anti-impronta. Dieci gradazioni di colore compongono il ventaglio cromatico Polaris (nella foto) in cui l'opacità estrema si declina in cinque tonalità fredde e cinque calde: dal nero abissale al luminosissimo bianco, passando attraverso la leggerezza di nuance sabbia, grigi perlati e morbidi, poi scuri e fondenti. Il curioso binomio durevole/vellutato e l'ausilio di colori basic rende Polaris una superficie dall'appeal futuribile, ideale per progetti contemporanei.



OFFERTA SPECIALE RISERVATA AI LETTORI DI INTERNI

---

OGGI,  
CON L'ABBONAMENTO,  
OLTRE AL PIACERE  
DI RICEVERE L'EDIZIONE  
STAMPATA SU CARTA,  
POTRAI SFOGLIARE  
LA TUA COPIA DI INTERNI  
ANCHE NEL FORMATO  
DIGITALE

## OFFERTA SPECIALE RISERVATA AI LETTORI DI INTERNI

---



• **10** Numeri di INTERNI • **3** AnnualL • **1** Design Index  
a SOLI **59,90** Euro\*

+ versione digitale inclusa\*\*!

**Scarica gratuitamente l'App di INTERNI da App Store e da Google Play Store  
o vai su [www.abbonamenti.it](http://www.abbonamenti.it)**

**Solo per te tutti i numeri del tuo abbonamento in digitale!**

\*\*3 Annual e 1 Design Index visibili solo tramite la App di INTERNI.

# ABBONATI SUBITO!

Vai sul sito **[www.abbonamenti.it/interni2016](http://www.abbonamenti.it/interni2016)**

\*Più € 4,90 quale contributo alle spese di spedizione, per un totale di € 64,80 (IVA inclusa) anziché € 88,00. Lo sconto è computato sul prezzo di copertina al lordo di offerte promozionali edicola. La presente offerta, in conformità con l'art.45 e ss. del codice del consumo, è formulata da Arnoldo Mondadori Editore S.p.A. Per maggiori informazioni visita [www.abbonamenti.it/cgaame](http://www.abbonamenti.it/cgaame).

INFORMATIVA AI SENSI DELL'ART. 13 DEL D.LGS. 196/03 La informiamo che la compilazione della presente pagina autorizza Arnoldo Mondadori Editore S.p.A., in qualità di Titolare del Trattamento, a dare seguito alla sua richiesta. Previo suo consenso espresso, lei autorizza l'uso dei suoi dati per: 1. finalità di marketing, attività promozionali e commerciali, consentendoci di inviare materiale pubblicitario o effettuare attività di vendita diretta o comunicazioni commerciali interattive su prodotti, servizi ed altre attività di Arnoldo Mondadori Editore S.p.A., delle Società del Gruppo Mondadori e di società terze attraverso i canali di contatto che ci ha comunicato (i.e. telefono, e-mail, fax, SMS, mms); 2. comunicare ad altre aziende operanti nel settore editoriale, largo consumo e distribuzione, vendita a distanza, arredamento, telecomunicazioni, farmaceutico, finanziario, assicurativo, automobilistico, della politica e delle organizzazioni umanitarie e benefiche per le medesime finalità di cui al punto 1. 3. utilizzare le Sue preferenze di acquisto per poter migliorare la nostra offerta ed offrirle un servizio personalizzato e di Suo gradimento. Ulteriori informazioni sulle modalità del trattamento, sui nominativi dei co-Titolari e dei Responsabili del trattamento nonché sulle modalità di esercizio dei suoi diritti ex art. 7 Dlgs. 196/03, sono disponibili collegandosi al sito [www.abbonamenti.it/privacymae](http://www.abbonamenti.it/privacymae) o scrivendo a questo indirizzo: Ufficio Privacy Servizio Abbonamenti - c/o Koinè, Via Val D'Avio 9- 25132 Brescia (BS) - [privacy.pressdi@pressdi.it](mailto:privacy.pressdi@pressdi.it)





### LA STELLA DI ABET

Nasce da un blocco unico di metacrilato scavato utilizzando la tecnologia al laser: la famiglia Track, una serie di lampade a sospensione da tre, otto o nove luci progettate da Roberto Giacomucci per Emporium. "L'idea è stata di sfruttare al massimo la potenzialità del metacrilato",

racconta Giacomucci "portando lo spessore al limite della resistenza e originare così una forma più leggera che sarebbe stata tecnicamente impossibile ottenere con un materiale amorfo come per esempio il vetro". Per il progetto è stata impiegata anche una particolare finitura per il metacrilato, messa a punto dall'azienda: una verniciatura satinata ad effetto seta che permette di ottenere una ottimale diffusione della luce emessa dai moduli led incastonati nella lastra, dando così la possibilità di ampliarne l'utilizzo anche ad ambienti contract, uffici e negozi. I particolari ed il supporto sono in metallo verniciato.

### FAIRS

#### P40. SWISSNESS A NEUE RÄUME

NUOVI SPAZI, RECITA IL TITOLO DELLA MANIFESTAZIONE CHE SI È SVOLTA A ZURIGO LO SCORSO NOVEMBRE. GIUNTA ALL'OTTAVA EDIZIONE, SI CONFERMA LA MAGGIORE VETRINA SUL DESIGN SVIZZERO

Neue Räume ha tutta l'aria di un momento di festa che attrae pubblico (generico e professionale) di lingua tedesca. Mitteleuropeo dunque, il dna della rassegna, che ha radunato, nel padiglione ABB (bell'esempio di archeologia industriale) un centinaio di espositori di mobili, luci, bagno, cucina e tessuti, in prevalenza svizzeri e tedeschi. Con qualche incursione di nomi internazionali del rilievo di Knoll e Tom Dixon e una relativamente folta rappresentanza italiana con Arper, Artemide, Cattellani&Smith, Lolli&Memmoli, Plinio il giovane e Riva1920. Poche sono le novità di prodotto presentate, ma non è quello il senso di una rassegna da cui emerge chiara un'impressione: si svolge in un contesto con forte capacità di spesa e con un vivace mercato immobiliare e delle costruzioni. Non a caso il curatore di Neue Räume è un architetto, Stefan Zwicky, che quest'anno ha voluto focalizzare la rassegna sul tema del rapporto tra architettura e design perché, afferma, "quando si investe in un immobile, i materiali che creano lo spazio abitativo, l'atmosfera e il potenziale di arredamento coinvolgono un importante processo decisionale. Proprio attorno a questa relazione tra spazio e allestimento ruotano le quattro mostre speciali che abbiamo raggruppato sotto il nome di mobileimmoble". In una Zurigo che per l'atmosfera internazionale e l'elevata qualità della vita attira molti professionisti del design, alcuni negozi e gallerie hanno dato vita a presentazioni speciali. La più significativa, la mostra all'Architekturforum dedicata al padre del design moderno in svizzera, Hans Bellmann (formatosi al Bauhaus), la cui lezione non è certo ignota a creativi elvetici del calibro di Alfredo Häberli e Atelier Oi o a promettenti talenti come This Weber e Moritz Schmid.



**DIDASCALIE: pag 40** Honminoshi Garde, l'installazione di Atelier Oi che interpreta la cultura giapponese della carta Washi. **pag 41 1.** Scorcio della mostra Swiss made - CH Motel, una collettiva di produttori svizzeri di mobili, allestita da Benjamin Thut. **2.** Lo spazio lounge curato da Fatboy, nell'area dei Young Labels. **3.** Il tavolo Konferenz 3 di This Weber per Wettstein, proposto con vari tipi di piano. **4.** Plop, dalla collezione Zoom di Kinnasand, tessuto a design cellulare in poliestere e poliammide. Design Isa Glink. **5.** Ovolo, scrivania di Moritz Schmid per Röthlisberger, realizzata con la tecnologia di incollaggio Woodwelding sviluppata da Würth. **6.** Tavolo da pranzo con gambe pieghevoli Révérence di Atelier Oi per Röthlisberger.

**DIDASCALIE: pag 40** Honminoshi Garde, l'installazione di Atelier Oi che interpreta la cultura giapponese della carta Washi. **pag 41 1.** Scorcio della mostra Swiss made - CH Motel, una collettiva di produttori svizzeri di mobili, allestita da Benjamin Thut. **2.** Lo spazio lounge curato da Fatboy, nell'area dei Young Labels. **3.** Il tavolo Konferenz 3 di This Weber per Wettstein, proposto con vari tipi di piano. **4.** Plop, dalla collezione Zoom di Kinnasand, tessuto a design cellulare in poliestere e poliammide. Design Isa Glink. **5.** Ovolo, scrivania di Moritz Schmid per Röthlisberger, realizzata con la tecnologia di incollaggio Woodwelding sviluppata da Würth. **6.** Tavolo da pranzo con gambe pieghevoli Révérence di Atelier Oi per Röthlisberger.

### FAIRS

#### P42. LIFE STYLE NEWS

PER LA CUCINA, LA TAVOLA, IL LIVING: UNA BREVE PANORAMICA DI OGGETTI NOVITÀ PRESENTATI DURANTE L'EDIZIONE DELLO SCORSO SETTEMBRE DI HOMI, SALONE DEGLI STILI DI VITA DI FIERA MILANO. DESIGN E SAPER FARE IN SCENA, ALL'INSEGNA DELLA QUALITÀ, RICERCA E INTERNAZIONALITÀ

DESIGN COMPETITION Con l'iniziativa Design Competition promossa da Regione Lombardia in collaborazione con Unioncamere Lombardia e ADI Associazione per il Disegno Industriale, si apre a fine gennaio (29 -1 Febbraio) l'edizione invernale di Homi. Il concorso, componente del format avviato dalla rassegna fieristica che prevede accordi e partnership con associazioni per la promozione e valorizzazione del design, prevede la selezione di 40 progetti di designer under 35, dedicati all'oggettistica per la casa e la persona da realizzare con altrettante aziende manifatturiere lombarde, attente alle nuove tendenze, espositrici di Homi. I progetti verranno presentati alle imprese durante l'edizione di gennaio e successivamente Homi, con una commissione di esperti, selezionerà e seguirà il matching tra progetti scelti e aziende selezionate che produrranno i prototipi per l'edizione del prossimo settembre.



**DIDASCALIE: pag 42** Celata, cestino in acciaio inox naturale oppure colorato con resina epossidica nera, arancio. Design Giulio Iacchetti per Alessi

Chiaroscuro, brocca in ceramica in diversi colori di Mist-o per l'Abitare, distribuito da Corrado Corradi. Vaso in alluminio e smalto della linea Stockholm Aquatic di Bernadotte & Kylberg per Stelton, distribuito da Schoenhuber. Premiato Red Dot 2015. Plektra, sgabello-tavolino in legno impiallacciato naturale o tinto, di Ineke Hans per Iittala. Fist, vaso in ceramica, finitura in foglia oro o nei colori verde, blu, rosso, giallo prodotto da Cleto Munari in edizione limitata. **pag 44** Brocca in vetro borosilicato in due colori della collezione Tequila Sunrise di Mist-o per Ichendorf, distribuito da Corrado Corradi. Cumuli, vaso con elemento base in marmo bianco di Carrara realizzato a tornio manuale e bolle in vetro trasparente o colorato turchese soffiato a bocca. Disegnati da Gumdesign per IVV. Coly, serpentina per tovaglioli in carta, fogli di pane carasau, cialde, lettere e documenti. Disegnato e prodotto in vetro borosilicato da R&D Blueside **pag 45** Bottiglia, bicchiere e flûte della collezione Carnival in vetro borosilicato prodotti da Cristalleria Galbiati. Coltello Chef 255 mm della collezione BE-KNife realizzata in acciaio da KnIndustrie in collaborazione con Coltellaria Berti. Lustro, specchio con cornice in ceramica, edizione speciale realizzata con l'antica tecnica del lustro da Ceramica Made in Umbria. Miguel e the big Kahuna, pesci decorativi disegnati e prodotti in MDF eco friendly da Miho Unexpected Things.

### INTERVIEW

#### P46. HOMI: CREATIVITÀ MADE IN ITALY

A COLLOQUIO CON CORRADO PERABONI, AD DI FIERA MILANO, PER SCOPRIRE IL DNA DI UNA FIERA DALLA VOCAZIONE INTERNAZIONALE

Alla guida di Fiera Milano da meno di un anno ha già ben chiare le sfide e le priorità: Corrado Peraboni, ad di uno dei più importanti poli fieristici internazionali da aprile 2015, ci racconta il futuro di Homi, il Salone degli stili di vita in programma a Fieramilano dal 29 gennaio al 1 febbraio 2016.

**Qual è secondo lei il Dna di una manifestazione fieristica vincente? Deve essere un laboratorio di idee, un luogo di incontri, un palcoscenico di tendenze, un facilitatore di business...**

Questo ed altro, ma vorrei concentrarmi soprattutto su due aspetti. In primo luogo, il tasso di internazionalità, 'carattere' irrinunciabile per poter essere competitivi: negli stand fieristici il visitatore deve incontrare aziende che diversamente non avrebbe occasione di poter conoscere. In secondo luogo, la capacità di mostrare tutto quello che è prossimo a venire.

**Ma come si fa a guardare nel futuro?**

Andando a caccia della creatività italiana per portare alla luce quelle 'miniere'

di idee di cui l'Italia è ricchissima. Lì sta il futuro. Non è, infatti, possibile competere con le grandi aziende internazionali del settore casa e della decorazione senza avere la capacità di offrire alle imprese espositrici e ai visitatori un tratto distintivo, d'eccellenza, diverso da tutti gli altri perché forte e ben visibile. E noi lo possiamo fare, come del resto il passato ci ha insegnato...

#### A quale passato fa riferimento?

Alla storia e alla peculiarità di una fiera che ha visto crescere molte aziende. Consideri che molti importanti brand internazionali hanno iniziato il loro cammino di successo proprio grazie a Macef: oggi, la nostra ambizione è far crescere i nuovi campioni del made in Italy, dando loro occasione di trovare l'ambito giusto per farsi conoscere e incontrare produttori e buyer internazionali.

#### Quindi si tratta di portare a Homi nuove idee, per farle crescere...

Esattamente. In modo nuovo, naturalmente, rispetto al passato e con strumenti tecnologicamente evoluti. Dobbiamo diventare una fucina di talenti nel settore del design ed entrare nei 'garage' della creatività italiana. Perché i nostri laboratori d'artigianato, le nostre start up e anche le nostre scuole si trasformino in 'botteghe' d'innovazione proprio come lo sono stati i 'garage' della Silicon Valley californiana, dove è nata l'informatica del futuro. Con una differenza però: che i nostri 'garage' sono tantissimi e pertanto maggiore è anche il potenziale di ricchezza.

#### Ma come trovarli sul territorio?

Qui entra in campo un'altra novità di Homi: la partnership con soggetti pubblici e privati per scoprire realtà imprenditoriali di valore e qualità. Inizierei dagli importanti collaborazioni e sinergie realizzate con CNA, la Confederazione Nazionale dell'Artigianato e della Piccola e Media Impresa, con ARTEX, il Centro per l'Artigianato Artistico e Tradizionale della Toscana, e poi ancora con Art, Anima e SMI. Nell'edizione di fine gennaio 2016, Homi 'si lega' anche ad ADI e Unioncamere, per dare spazio ai giovani creativi lombardi, sostenendo 'Design Competition', il concorso realizzato da Regione Lombardia che proseguirà anche nei successivi appuntamenti fieristici.

#### Questo per quanto riguarda il lavoro di scouting a livello nazionale. E sul campo internazionale quali sono le mosse vincenti di Homi?

Oggi la parola d'ordine è: 're-emerging markets', che significa riscoprire mercati tradizionali che hanno ripreso a crescere, come Stati Uniti, Canada e Giappone; senza, però, tralasciare anche realtà internazionali nuove e dinamiche come, per esempio, l'Iran e la Colombia. E, ancora una volta, una partnership importante come quella che ci ha offerto ICE, l'Istituto per il Commercio Estero, ci ha consentito di affrontare questa nuova sfida.

#### Obiettivi per il futuro?

Portare Homi ad elevati standard di eccellenza, anche per quanto riguarda l'offerta di servizi. Mi piace dire che dovremmo diventare 'un campione TripAdvisor', cioè avere come fiera recensioni eccellenti come quelle di un albergo 5 Stelle. Per esempio, stiamo pensando di realizzare negli aeroporti accordi per offrire ai nostri visitatori il servizio di fast-track; a breve, potremmo disporre di una 'Buyer Lounge, qui in Fiera, e di 'stazioni' informatiche sparse per gli stand fieristici per offrire agli espositori servizi online. Insomma si tratta di rendere la Fiera 'bella e facile'. Bella lo è già: il 'contenitore' è un'opera architettonica di grandissimo valore (è firmata da Massimiliano e Doriana Fuksas, ndr) e sul 'contenuto' stiamo ottenendo eccellenti risultati per qualità e innovazione. Ma anche l'accessibilità ha avuto una accelerazione in senso positivo, grazie ad Expo che ci ha regalato una iniezione di credibilità davvero importante.



**DIDASCALIE: pag 46.** In queste pagine, alcune immagini dell'edizione autunnale 2015 di Homi con le varie sezioni tematiche. **1.** L'area 'Creazioni designer' è dedicata ai giovani talenti emergenti. **2.** 'Homisphere' è il concept di Homi che declina i nuovi stili di vita nelle espressioni dell'eno-gastronomia, dell'ospitalità e del contract. Foto di Simone Barberis. **3.** Corrado Peraboni, amministratore delegato di Fiera Milano. **4.** Due dettagli della mostra 'La magnifica Forma' che coniuga design e artigianato, rigorosamente made in Italy.

Foto di Simone Barberis **pag 47 1.** L'area-evento 'Le pareti raccontano', un percorso esperienziale dedicato al tema della carta da parati.

Foto di Simone Barberis **2.** Homi Wellness propone nuovi stili di vita a partire dalla dimensione del relax e del benessere domestico. **3.** Homi Kids Style presenta prodotti, scenari e stili dedicati ai più piccoli. Foto di Simone Barberis **4.** Homi Textiles esplora il mondo dei produttori e degli editori tessili nel progetto d'interiors (**Missoni**).

## PRODUCTION

### P48. GRAFISMI DA PARETE

NON SOLO PRATICI ELEMENTI SU CUI SISTEMARE LIBRI O OGGETTI, LE MENSOLE POSSONO ASSUMERE IL RUOLO DI DECORI VERTICALI: SFACCETTATI SEGNI GRAFICI AD ALTA VALENZA DI ARREDO

Riducendo all'essenza la forma e il principio, si arriva al segno originario dell'incrocio di assi cartesiani. La mensola si libera sempre più dalla classica conformazione di singolo ripiano orizzontale, per disegnare coreografie ortogonali replicabili virtualmente all'infinito. Patricia Urquiola per Kartell elabora in Kyte Shelf un segno minimo, una semplice L, la cui efficacia grafica si esprime nella ripetizione. Più complessa la struttura di Randomissimo, di Neuland Design per Mdf Italia. I piani e i montanti verticali in lamiera disegnano percorsi labirintici, definendo anche piccoli vani portaoggetti. La proposta di Cantori arricchisce l'essenzialità del segno con una selezione multipla di materiali. Menu, con il progetto Corner Shelf di Kyuhyung Cho, invece di esaltare la linea lavora sui piani, trattati come superfici piene di colore variamente assemblabili.



**DIDASCALIE: pag 48** Kyte Shelf, il sistema di mensole disegnato per **Kartell** da Patricia Urquiola e realizzato in tecnopolimero termoplastico con perno centrale in metallo. È disponibile nei colori cristallo, rosa, azzurro, ambra e verde. **pag 49 1.** Evoluzione del precedente Random, Randomissimo (design Neuland Industriedesign per **MDF Italia**) è un sistema modulare di mensola in lamiera d'acciaio (spessore 2,5 mm) verniciata a polvere nei colori bianco e grigio grafite. I vani porta oggetti sono rifiniti con schienali rivestiti in tela a fibra artificiale nei colori bianco, nero, grigio, tortora, rosso, giallo e blu.

**2.** Creata da Kyuhyung Cho per **Menu**, Corner Shelf è una collezione di mensole composte da un ripiano di base e altri due elementi di dimensioni inferiori che danno vita a spazi divisorii distinti. Il sistema può essere collocato su una scrivania, nell'angolo di una stanza oppure fissato a parete. **3.** Di Sante Cantori per **Cantori**, Milano è una libreria componibile formata da ripiani in quattro diverse lunghezze e materiali (ferro, legno e varie finiture).

## PRODUCTION

### P50. PLAYFUL DESIGN

DAI DESIGNER SENZA FRONTIERE LANZAVECCHIA+WAI, UNA COLLEZIONE PROUDLY MADE IN SINGAPORE CHE CON LEGGEREZZA FA LUCE SU ORIGINALITÀ LINGUISTICA E SPIRITO IMPRENDITORIALE DEL SUD EST ASIATICO

Nell'immaginario comune il sud est asiatico esprime una ricca cultura artigianale, spesso sbrigativamente relegata nella vaga galassia estetica dell'etnico. Da Singapore arriva una storia progettuale che, con la chiave di lettura del gioco e della leggerezza, interpreta il dinamismo della realtà imprenditoriale, sociale ed estetico dell'area, tutt'altro che scontato. PLAYPlay è il nome di una collezione di mobili 'Brave, bold and flavourful', come amano definirla i suoi autori, il duo Lanzavecchia + Wai, che segna il passaggio da distributore a produttore di Journey East, da 20 anni rivenditore e select shop di mobili vintage e di legno riciclato con negozi a Singapore e in Indonesia. "Il DNA di Journey East è leggero e giocoso, così come il contesto produttivo Indonesiano in cui è nata la collezione" spiega Francesca Lanzavecchia "fin da subito ci siamo impegnati a definire un nuovo vocabolario per il marchio, ricercando materiali, forme e colori che affermassero con forza l'essenza del 'Proudly made in South East Asia' e piacessero ai giovani new-house owners di Singapore". Tutti gli elementi di PlayPlay sono disegnati con un twist a volte visivo a volte funzionale: il mobile Accordion osservato





lizzati come vassoi o a raddoppiare la superficie di appoggio quando arrivano ospiti. “Come materiale principale abbiamo utilizzato il mogano Indonesiano, accoppiando questo legno autoctono e il suo colore caldo ai colori di spezie frutti e tessuti locali”. L’approccio ‘seriamente ludico’ è parte della cifra progettuale dello studio: “Per noi il gioco è fondamentale, ci riporta alla dimensione in cui siamo più veri, una dimensione di leggerezza che non è frivolezza. Pensiamo che ogni nostro progetto debba meritarsi di esistere ed esprimere umanità: vogliamo riportarla nella vita di ogni giorno”.

### PROJECT

## P52. SMART MOBILITY

AUDI ANNUNCIA LE PARTNERSHIP CON BOSTON E CITTÀ DEL MESSICO, DOVE AUTO SEMPRE PIÙ INTELLIGENTI CONTRIBUISCONO ALLO SVILUPPO DELLE SMART CITY DI DOMANI

A cinque anni dal lancio della sua Urban Future Initiative, la ricerca promossa dalla casa dei quattro anelli inizia a produrre dati concreti. In occasione dello Smart City Expo World Congress, tenutosi a Barcellona a novembre, Audi ha ufficializzato la collaborazione con Somerville, nell’area di Boston, e Santa Fe, business district di Città del Messico, presentando la visione di un sistema in cui l’automobile si mette in gioco per migliorare la qualità della vita restituendo spazio alle città e tempo alle persone. In un nuovo sviluppo di Somerville di nome Assembly Row, si collauda il piloted parking: l’automobile si parcheggia da sola in strutture appositamente progettate e non accessibili da persone, con un guadagno di spazio di circa il 60% e conseguente massimizzazione del valore immobiliare. In un’altra area di Somerville, Union Square, vengono sperimentate soluzioni per la mobilità e le persone volte a migliorare la qualità della vita urbana. A Santa Fe, uno dei distretti d’affari più importanti della megalopoli messicana e afflitto da un traffico endemico, si raccolgono big data forniti dai conducenti immersi nel flusso del traffico per sviluppare un sistema di gestione della mobilità basato sulla condivisione. Per Rupert Stadler, Ceo di Audi, il prossimo passo è condividere con altre città del mondo esperienze e soluzioni sperimentate in questi laboratori a cielo aperto, creando i presupposti per la realizzazione di oltre il 75% delle infrastrutture delle città di domani, che si stima debba essere ancora costruito. Queste partnership rappresentano l’enorme potenziale delle collaborazioni tra città che senza una rivoluzione della mobilità finirebbero presto col paralizzarsi. L’auto che guida da sola esiste già ed è solo il punto di partenza.

**DIDASCALIE: 1.** Uno schema di funzionamento di piloted parking.

**2.** Rupert Stadler, Ceo di Audi, insieme a rappresentanti, consulenti e progettisti delle Urban partnership di Somerville e Santa Fe. **3.** Audi RS7 “Robby”, prototipo di automobile auto-pilotata: la tecnologia sarà disponibile sulla prossima generazione di A8, la berlina top di gamma

### PROJECT

## P55. LA LUCE GIUSTA

AVREBBE DOVUTO ESSERE UN’INTERVISTA SUL TEMA DEI PROGETTI REALIZZATI DA ARTEMIDE PER L’ILLUMINAZIONE DI OPERE D’ARTE E MUSEI, MA L’INCONTRO CON CARLOTTA DE BEVILACQUA È STATO QUALCOSA IN PIÙ: UNA RIFLESSIONE SUL RUOLO DELLA LUCE NELLA SOCIETÀ CONTEMPORANEA

L’idea di un’intervista a Carlotta de Bevilacqua sul rapporto sempre più stringente fra Artemide e il mondo dell’arte – a partire da alcuni progetti illuminotecnici dell’azienda, come quello realizzato per il nuovo allestimento della Pietà Rondanini o per la cupola del nuovo Louvre di Abu Dhabi firmato Jean Nouvel – si trasforma, per merito del torrenziale entusiasmo dell’architetto (vice presidente

di Artemide e presidente di Danese), in una riflessione a 360° sul ruolo della luce nella società contemporanea. “Se il secolo scorso è stato il secolo dell’elettronica, questo è quello della fotonica: la scienza della luce. Il secolo in cui la luce può elaborare e trasportare dati e immagini e, a sua volta, essere condotta senza cavi. Tutto ciò apre frontiere straordinarie per illuminare le zone buie del mondo, gli ospedali, le scuole... La fotonica è una risorsa di vita perché illumina la natura, l’umanità. Artemide sta investendo in tutto questo: non solo in proiettori per l’arte o apparecchi di design per l’ambiente domestico, ma in ricerca e cultura. Cultura è una parola chiave: noi progettiamo perché il mondo abbia un’educazione alla qualità della vita, e la luce è, insieme all’acqua e all’aria, uno dei tre elementi indispensabili alla vita stessa”. Alla domanda se sia possibile quantificare economicamente l’investimento dell’azienda nel settore dei progetti dedicati all’arte, de Bevilacqua risponde: “L’investimento è difficilmente stimabile, perché riguarda troppe variabili: l’elettronica, le lenti (Artemide, dal 1985, possiede un Centro Ricerca e Sviluppo che progetta internamente i componenti optoelettronici più innovativi utilizzati all’interno dei propri prodotti)... Per noi è sicuramente un settore strategico e si può senz’altro dire che oltre un terzo della nostra ricerca è dedicato a collezioni volte a mettere in scena la vita, l’arte, la cultura”. A proposito di una (supposta) diversità di approccio alla progettazione per un prodotto deputato a illuminare l’arte e uno ‘decorativo’, ecco cosa ha risposto l’architetto: “Il punto di partenza è sempre la luce, non il prodotto. La differenza tra un prodotto decorativo e uno non decorativo risiede nella modalità di fare luce, nel saper dare la risposta migliore secondo una griglia di valori, mante-

nendo sempre l’uomo al centro del progetto. Eviterei queste distinzioni nette, noi non pensiamo mai a un prodotto ‘chiuso’, ma ‘spalmiamo’ il nostro sapere su più progetti, avvalendoci del sistema dell’open source. L’idea del progetto chiuso è finita, non ha alcun senso: dobbiamo avere la generosità di mettere a disposizione il nostro sapere e anche riuscire a far nostro quello degli altri. Bisogna far rete di saperi”. Infine, Carlotta de Bevilacqua si sofferma su uno dei progetti più importanti (ed emozionanti) realizzati dall’azienda negli ultimi anni: la già citata illuminazione per la Pietà Rondanini nel nuovo allestimento curato da Michele De Lucchi: “De Lucchi ci ha chiamato per dirci che avrebbe collocato la Pietà al centro dell’Ospedale Spagnolo del Castello Sforzesco, e che avrebbe avuto bisogno di una luce che mettesse in



scena lo spazio in modo omogeneo. La sfida era quella di illuminare un corpo tridimensionale, un’opera testamentaria scolpita da Michelangelo negli ultimi anni della sua vita e che trasmette un doppio dramma: quello di Maria che sostiene il Figlio, e quello dello scultore che, ormai stanco, lascia sulla materia dei segni incompiuti. Eppure, proprio quei segni incompiuti sono la cifra della scultura, che è drammatica ma anche ‘morbida’, testimonianza di un commiato silenzioso e quasi sereno. La difficoltà nell’illuminare la Pietà risiedeva nel far vivere l’opera senza un’ombra, senza che gli spettatori intercettassero la luce, ma anche senza creare un contrasto drammatico fra la scultura e lo spazio. Riuscire nell’intento è stato un onore e ha emozionato noi tutti: abbiamo reso possibile un’esperienza unica per milioni di visitatori, e lo abbiamo fatto in qualche modo senza ‘esistere’, progettando apparecchi il più possibile discreti e assenti nello spazio, nel rispetto dell’opera e della forza espressiva della luce. Il nostro approccio progettuale, umanistico e scientifico insieme, rappresenta la nostra identità. Dobbiamo continuare su questa strada, anche faticosa, per raccontare all’uomo un mondo di valori, di principi e di bellezza”.

**DIDASCALIE: pag 55** Carlotta de Bevilacqua, vice presidente di Artemide e presidente di Danese, nella foto di Lea Anouchinsky. **pag 56** Il nuovo allestimento di Michele De Lucchi per la Pietà Rondanini, collocata all’interno dell’Ospedale Spagnolo del Castello Sforzesco e illuminata da apparecchi Artemide. **pag 57** Le lampade Calenda, disegnate da Italo Rota e Alessandro

Pedretti per Artemide, forniscono luce a un'area del Museo del Novecento di Milano. Sopra, il Crocefisso di Giotto nella chiesa di Ognissanti a Firenze, illuminato ancora da Artemide. A destra, le lampade da terra Ilio, design Ernesto Gismondi per Artemide, presenti all'interno del museo La Pedrera di Barcellona (foto di Manu Da Costa).

## PROJECT P58. LO STILE ITALIANO CONQUISTA L'AMERICA

DAL 1978 – ANNO IN CUI È STATA FONDATA CON LA MISSION DI PORTARE IL MADE IN ITALY NELLE LUSSEUOSE RESIDENZE AMERICANE – SNAIDERO USA HA COMPLETATO OLTRE 160 PROGETTI MULTIHousing, E INSTALLATO CIRCA 40MILA CUCINE TRA STATI UNITI E CANADA



Fondata a Toronto nel 1978 con l'ambizioso obiettivo di inserire il meglio delle cucine made in Italy nelle più lussuose residenze americane, Snaidero USA si introduce in maniera più capillare negli Stati Uniti a partire dal 1985, quando il suo presidente e amministratore delegato, Dario Snaidero, sceglie di trasferire a Los Angeles gli headquarters. Oggi il network di Snaidero USA può contare su 25 showroom monomarca e tre flagship store a Miami, Los Angeles e New York (Manhattan). Nel 1992, l'azienda riceve la sua prima commessa di multihousing con 146 cucine per la Bristol Tower di Miami: una tappa che rappresenta l'inizio della 'conquista' al nuovo mercato degli appartamenti di lusso presenti all'interno dei grattacieli delle metropoli americane, per i quali fornisce cucine, bagni e armadi, lavorando con costruttori del calibro di Trump, CMC e The Howard Hughes Corporation. Tra gli ultimi grandi progetti che hanno coinvolto Snaidero USA, la fornitura di 190 cucine Ola by Pininfarina per il Jade Signature di Miami (il grattacielo di 57 piani progettato da Herzog & De Meuron, con interni firmati dallo studio parigino PYR), quella degli arredi (bagni, cucine e armadi) che arrederanno i 171 appartamenti della Waiea Tower a Honolulu e la commessa di 400 cucine e 1200 bagni per la Wanda Vista Tower di Chicago. Una crescita continua, quella della compagnia, dovuta sia alla sua capillare organizzazione sul territorio Nordamericano, in America Centrale e in Venezuela, sia alla strategia vincente di comunicazione e immagine. Dalla sua nascita a oggi, Snaidero USA ha completato oltre 160 progetti multihousing e installato circa 40mila cucine tra America e Canada (Vancouver, Toronto, Miami, Los Angeles, San Diego, Naples, Portorico e Honolulu).

**DIDASCALIE:** Sopra, una vista del Jade Signature di Miami, il grattacielo progettato da Herzog & De Meuron per cui **Snaidero USA** ha fornito 190 cucine Ola by Pininfarina (a fianco).

## PROJECT P60. LA PAROLA ALLA COMMUNITY

DESALL È UNA PIATTAFORMA DI CROWDSOURCING DEDICATA AL DESIGN CHE, ATTRAVERSO LA FORMULA DEI CONTEST ON LINE, COLLEGA AZIENDE E PRIVATI CON UNA COMUNITÀ GLOBALE DI OLTRE SETTANTAMILA CREATIVI

Lo sviluppo di internet e delle community online ha cambiato anche la figura del consulente per l'impresa. Nel 2012 il giovane designer trevigiano Davide Scomparin fonda Desall.com, una piattaforma *open innovation* dedicata al mondo del design e dell'innovazione, che offre alle aziende uno strumento di sviluppo 'partecipativo'. Per ogni fase di sviluppo del prodotto, dal concept al product design, dal naming al packaging, Desall.com coinvolge, attraverso contest online, una community di oltre settantamila creativi in 180 paesi. La votazione del progetto vincitore avviene tramite una gallery pubblica che coinvolge tutta la suddetta



community e il network di contatti degli autori. L'azienda ha però l'ultima parola sulla scelta del progetto. Tuttavia, la risposta della community è un importante feedback sull'indice di gradimento e la commerciabilità del progetto. Una volta terminato il contest, Desall.com si attiva per portare l'idea allo stadio successivo in stretto contatto sia con il designer vincitore sia con la Ricerca e Sviluppo dell'azienda. Nel campo del design la piattaforma ha indetto già quindici contest su temi diversi: dal product con Alessi e Italcementi, Elica, Slide, Made.com e Babele, all'interior per il retail con Maliparmi, all'arredo urbano con Veronafiere, all'illuminazione con Leroy Merlin e Fabbian. Nella lista compaiono brand multinazionali come Whirlpool e Kinder, ma anche aziende più artigianali, come la vetreria trevigiana Dal Pian. Rispondere alle esigenze di realtà più piccole, con un saper fare da mettere in luce, è un obiettivo più complesso. Desall.com è infatti in fase di analisi del servizio per queste tipologie di aziende: innovare grazie alle possibilità offerte dai social media nel rispetto dell'eredità e delle necessità strutturali dell'impresa.

**DIDASCALIE:** 1. Sulla piattaforma Desall, **Elica** ha lanciato un concorso per immaginare la cappa del futuro. 2.5. Glass House Collection è il concorso di craft design per la progettazione di un oggetto d'arredo in vetro lanciato con **Vetriere Dal Pian** di Treviso. 3. **Alessi** con **Italcementi** e **Lpwh Design Studio** hanno invitato i progettisti a studiare complementi d'arredo con la malta **i.design Effix**. 4. 'New birth of a myth' è il contest che **Fabbian Illuminazione** ha dedicato all'ideazione di una nuova lampada in cristallo. 6. Nidi, marchio di maniglie di **Battistella**, ha proposto il tema di una maniglia funzionale per ante e cassetti che aggiungesse giocosità alla camera dei bambini.

## SHOWROOM

### P62. APPRODO A SHANGHAI

QUELLO RECENTEMENTE INAUGURATO NELLA CAPITALE ECONOMICA DELLA CINA, È IL PIÙ GRANDE FLAGSHIP STORE MINOTTI NEL MONDO: OLTRE 1300 METRI QUADRATI DEDICATI ALL'ESPOSIZIONE DI TUTTI I BEST SELLER E DELLE PIÙ RECENTI COLLEZIONI DELL'AZIENDA

Minotti consolida la propria presenza nel mercato cinese con l'inaugurazione di un nuovo flagship store a Shanghai, il quarto in Cina dopo quelli di Pechino, Qingdao e Hong Kong. Realizzato in collaborazione con Domus Tiandi – punto di riferimento per l'intera comunità del design asiatico e già partner di Minotti per lo store di Pechino – lo showroom di Shanghai è ubicato nel distretto di Huangpu, a pochi passi dal Teatro dell'Opera. L'edificio è stato sottoposto a un massiccio intervento di ristrutturazione, così da poter accogliere uno spazio di oltre 1300 metri quadrati: una superficie espositiva considerevole, che rende Minotti Shanghai il più grande flagship store aziendale nel mondo. Architettonicamente, la costruzione è connotata da una originale pianta circolare e da vetri- ne a tutta altezza che ne accentuano la leggerezza visiva. L'allestimento, curato dall'equipe di Minotti Studio, è stato sviluppato in modo da trasmettere i valori del lifestyle Minotti, già a partire dai materiali impiegati: se i pavimenti, infatti, sono realizzati in resina e legno, le pareti sono intonacate in un'elegante nuance

di grigio e intervallate da calde boiserie in legno. Altri segni progettuali forti, sono i due camini (uno rivestito in travertino, l'altro in specchio) e, soprattutto, la scenografica scala elicoidale in metallo che conduce al piano superiore, dove sono ospitate l'area dedicata alla collezione outdoor e quella operativa.

**DIDASCALIE:** Immagini riferite al nuovo showroom **Minotti** di Shanghai. A fianco, la scala elicoidale in metallo che collega i due livelli dello spazio.

In alto, un interno del flagship store localizzato nel distretto di Huangpu. Sopra a destra, l'esterno dell'edificio dalla peculiare pianta circolare.





### SHOWROOM

#### P64. L'ECCELLENZA ITALIANA A LONDRA

REALIZZATO IN UNO DEI QUARTIERI PIÙ ESCLUSIVI DELLA CAPITALE DEL REGNO UNITO, MAYFAIR, IL NUOVO MONOMARCA ROSSANA RIPROPONE, IN OTTICA BRITISH, IL CONCEPT PROGETTUALE SVILUPPATO DA MASSIMO CASTAGNA PER LO SHOWROOM DI MILANO

Lo scenario è quello, residenziale e chic, di Mayfair, fra i quartieri più esclusivi di Londra. Qui, in un immobile di nuova costruzione (appositamente acquisito al grezzo per consentire uno studio minuzioso degli interni dell'edificio e dei suoi impianti), sorge il nuovo showroom monomarca Rossana: uno store sviluppato su una superficie di quasi 400 metri quadrati disposti su due livelli (piano terra e interrato),

il cui concept riprende, appositamente rivisitato in chiave british, quello sviluppato da Massimo Castagna per lo spazio milanese dell'azienda. Così, anche nello showroom localizzato al 17 di Duke Street si ritrova quel binomio tra minimalismo e opulenza materica che rappresenta uno degli assi portanti della filosofia progettuale sottesa all'intera collezione del marchio. Nello store, materiali preziosi come l'ottone (presente sia in alcuni modelli di cucina Rossana, sia in certi elementi decorativi dello showroom) dialogano per contrasto con la pietra, impiegata per la pavimentazione, per alcune pareti e per la scala che collega i due livelli (realizzata anche con vetro e acciaio). Non esclusivamente spazio espositivo, il flagship londinese Rossana ospita

al proprio interno anche due modelli di cucina funzionanti (la DC10 al piano terra e la HT50 nel piano interrato), così da permettere l'organizzazione di eventi come gli show cooking, che sempre più successo riscuotono a livello internazionale. Per Emanuel Colombini, AD dell'omonimo Gruppo "l'inaugurazione dello showroom rappresenta un punto d'arrivo della quinquennale collaborazione di Rossana con il suo partner inglese, Darren Miller, ma anche una concreta base di partenza sia per lo sviluppo del mercato locale, sia per l'espansione di quello estero in generale".

**DIDASCALIE:** *Sopra, il modello DC10 presente al piano terra del nuovo showroom londinese di Rossana. A destra, la HT50 al piano interrato. Entrambe le cucine sono pienamente funzionanti, così da poter essere utilizzate per eventi di show cooking.*



### SHOWROOM

#### P66. KITCHEN STUDIO MONTE SANTO

NON SOLTANTO SPAZIO DEDICATO ALL'ESPOSIZIONE DELLE DIVERSE COLLEZIONI DEL MARCHIO. IL NUOVO SHOWROOM SIEMATIC SI PROPONE DI VEICOLARE LA FILOSOFIA PROGETTUALE E LA PECULIARE IDEA DI LIFESTYLE CHE, DA SEMPRE, IDENTIFICANO L'AZIENDA TEDESCA

Pensare la cucina in termini di lifestyle, veicolando un'idea di qualità assoluta declinata nei tre differenti mood che definiscono la collezione del marchio: Urban, Pure e Classic. È l'obiettivo che SieMatic si propone di comunicare attraverso il nuovo Kitchen Studio Monte Santo, showroom di 150 metri quadrati su due livelli, in zona Porta Nuova a Milano. Realizzato in partnership con Garavaglia Arredamenti e con una serie di brand selezionati che hanno nell'eccellenza il loro comune denominatore (Dornbracht per la rubinetteria, V-Zug per gli elettrodomestici, Marmo Arredo per i suoi prodotti in marmo e pietra), lo spazio SieMatic ospita al proprio interno, oltre ai diversi modelli di cucina dell'azienda, anche un'anteprema per il mercato italiano come il mobile "solitario" multifunzionale SieMatic 29, e una zona tecnica - allestita in aree espositive rese luminose dalla presenza di ampie vetrine a doppia altezza - che mostra le numerose possibilità volte a integrare in modo funzionale l'interno e l'esterno della cucina. "La nascita di questo store, in cui traspaiono la nuova immagine e la filosofia progettuale



dell'azienda, fa parte di una strategia finalizzata a una maggiore e precisa identificazione del marchio", ha dichiarato Patrizia Lunghi, Country Manager Italia di SieMatic. "L'obiettivo che ci poniamo con l'apertura del Kitchen Studio", continua Lunghi, "è di fornire ai nostri clienti un valido strumento per differenziarsi dalla concorrenza e per dialogare concretamente con architetti e designer alla ricerca dell'esclusività".

**DIDASCALIE:** *Sotto, un ambiente del nuovo Kitchen Studio Monte Santo di SieMatic, realizzato in partnership con Garavaglia Arredamenti. A sinistra, un esterno dello showroom che sorge nell'area 'business' di Porta Nuova, Milano.*

### CASE HISTORY

#### P69. NUOVE PROIEZIONI

IN UNA STORICA SALA DA CINEMA RICONVERTITA A STORE, BAXTER METTE IN SCENA, CON INFORMALE ELEGANZA, UN QUARTO DI SECOLO DI STORIA, LETTERALMENTE COSTRUITA SULLA PROPRIA PELLE

Nella memoria dei milanesi, il cinema President di largo Augusto era 'quello con le poltrone comode'. Una affettuosa sfumatura di meneghino pragmatismo accompagnò, anni fa, il rimpianto per la chiusura. Oggi la sala riapre, con altra funzione, ma con la stessa idea di fondo di regalare un'esperienza di comfort totale. Cartellone (che recita Baxter Cinema) e poltrone, ci sono ancora, insomma. L'apertura dello store segna il culmine delle celebrazioni del 25° anniversario dell'azienda di Lurago d'Erba, che ha saputo, intorno a un materiale d'elezione, il cuoio, costruire una delle tante storie di eccellenza del mobile italiano all'insegna di design, qualità e ricerca. Paolo Bestetti ceo dell'azienda ("la mente"), e il fratello Kicco ("il braccio", che a capo dello studio Bestetti Associati ha curato il progetto architettonico di recupero), concordano nel definire questo spazio come un luogo dinamico, di aggregazione e comunicazione, alternativo al tradizionale concetto di negozio. Infatti, accanto al classico (si fa per dire) allestimento di divani e poltrone nelle vetrine, si realizza la scenografia 'vivente' di un club-bar in total look Baxter, collegato ma indipendente dallo store, in cui intrattenere una relazione informale con il cliente e far percepire al pubblico identità e qualità del brand. "Noi cerchiamo sempre luoghi con un carattere, un'anima da conservare, quando si tratta di porre in essere l'immagine dell'azienda all'interno di uno spazio", spiega Kicco Bestetti "ecco perché abbiamo preservato l'impianto scenico originario". Esteso su oltre 1200 metri quadrati articolati su due livelli, lo spazio rispetta il più possibile struttura e preesistenze, come la scalinata che collega il piano strada al cuore sotterraneo dell'edificio; "qui abbiamo lasciato un grande schermo in fondo alla sala, inalterati sono percorsi, nicchie, boiserie, tagli e prospettive spaziali. Persino la vecchia cabina telefonica è diventata occasione di reinterpretazione. Questo è un esempio dell'integrazione tra l'architettura e il visual, ovvero lo styling, la scelta di colori e oggetti, operato insieme con il team guidato dall'architetto Stefano Guidotti". All'allestimento di grande respiro nella sala fanno da corollario micro-scenografie, un ricercato bookshop con libri e riviste di moda e design d'epoca, angoli che mettono in scena la creatività di giovani designer e artigiani (autori di carta da parati dipinta a mano, oggetti originali in cuoio o maquillage di mobili vintage). Uffici operativi e aree di consulenza sono delimitate da vetrate, un misterioso volume ospita il progetto Cinema Suite dedicato all'home cinema professionale in partnership con Adeo Group. Il tutto controllato da un impianto domotico che gestisce tutti i componenti e le funzioni dello spazio, in primis le atmosfere luminose progettate da Viabizzuno. La collezione di imbottiti e mobili, letteralmente esposta in platea, emerge come un progetto corale di personalità diverse, in cui si legge una storia coerente. "Sembra la casa di un artista viaggiatore" afferma un Paolo Bestetti quasi stupito, visto che "in 25 anni è la prima volta che ci fermiamo a guardare come ci siamo evoluti. Dalle origini, in cui proponevamo un prodotto in cuoio, di gusto molto inglese, a una seconda stagione segnata dall'incontro con Marco Milisich che ha dato l'impronta più casual all'azienda, introducendo l'aspetto vintage di cuoio e pelle. Fino all'arrivo di Paola Navone che ci ha fatto da tutor nel nostro percorso nel design. Lei è stata l'arma vincente, perché ha fatto sì che Baxter sco-



prise in azienda i propri valori ancora non espressi, riuscendo a dare un aspetto informale al prodotto, ma sempre con estrema eleganza, magari usando la pelle come se fosse un tessuto". In questi passaggi "c'è sempre stato un filo conduttore, il cuoio, la ricercatezza, la qualità del prodotto come valore intrinseco. Oltre alla personalità dei vari designer: l'eleganza sofisticata e informale di Paola Navone, il magico senso delle proporzioni di Piero Lissoni, la formalità di Thun e Rodriguez nella cura dei dettagli e delle lavorazioni della pelle, lo sguardo internazionale dei personaggi icona Doriane e Massimiliano Fuskas, il genio e la sregolatezza di Vincenzo De Cotiis, l'eleganza un po' déco di Roberto Lazzeroni, l'esuberanza decorativa di Draga Obradovich". Cosa è Baxter oggi? Risponde ridendo Kicco Bestetti: "il look di mio fratello – giacca, cravatta e vecchie scarpe da tennis – dice tutto".

**DIDASCALIE:** Nella pagina precedente, l'esterno del nuovo store di **Baxter**, ricavato nell'ex cinema *President* a Milano. A sinistra, il club-bar affacciato su strada e aperto al pubblico. Sotto, la scala originale del cinema che conduce all'ambiente principale dello showroom. Sopra un dettaglio dell'allestimento, con protagonista la poltrona *Dolly* di Doriane e Massimiliano Fuskas. Accanto, l'ex platea del cinema, riconvertita a grande spazio espositivo.

## CASE HISTORY

### P72. IL SENSO CONTEMPORANEO DEL LUSSO

MODA E DESIGN INTRECCIANO SEMPRE PIÙ LINGUAGGIO ESTETICO, MERCATI, COMPETENZE. FENOMENOLOGIA DI UN FASHION BRAND, FENDI, TRA I PRIMI A ESPRIMERE ANCHE NEL MOBILE IL PROPRIO DNA, TRA TRADIZIONE E INNOVAZIONE, ALTO ARTIGIANATO E INDUSTRIA

In principio era ago e filo. Prima era corpo, ora è anche casa. Il fenomeno delle home collection delle maison di moda, basato sul presupposto che un'idea di stile possa coerentemente plasmare, sotto l'egida di una griffe globale, anche l'arredamento e l'interior decor di una casa (o di un albergo, un ristorante, un ufficio, uno yacht....), è ormai maturo. La maison Fendi è stata pioniera nell'esplorare le potenzialità della contaminazione creativa tra moda e mondo della progettazione, creando con *Luxury Living Group*, già a fine anni Ottanta, la collezione *Fendi Casa*. Una proposta di arredamento di alta gamma per zona giorno, notte e outdoor prodotta con materiali, finiture e lavorazioni artigianali, essenza stessa del made in Italy. Accanto a un repertorio di matrice più classica, la maison nel 2012 avvia un percorso design oriented affidando a Toan Nguyen la creazione della collezione *Fendi Casa Contemporary*. All'architetto e designer parigino 'naturalizzato' milanese, il compito di portare all'essenza i codici estetici e anche simbolici legati al brand, in un linguaggio asciutto, non nostalgico, seguendo un proprio concetto di "lusso contemporaneo totalmente vocato al contenuto, alla durata e all'unicità, piuttosto che a una appariscenza effimera". Basta una cucitura enfaticizzata. Una bordura (o piping in gergo tecnico, come nell'ultimo divano *Sloane*) che diventa disegno. Una fibbia (dettaglio iconico di Fendi, ma anche storico tema progettuale del design danese) usata in senso funzionale prima ancora che decorativo (la sedia *Blixen*, il divano *Soho*). Una pelle (insieme alla pelliccia altro emblema della maison) che induce la mano a spontanee carezze (perché occhio e mano secondo Nguyen devono essere strettamente in contatto), un gioco architettonico di volumi. È soprattutto nei dettagli che si esplica la sfida di un lusso non urlato: "il mio approccio porta alla riduzione per privare l'oggetto del superfluo, non come un dogma o una linea estetica, ma a tutti i livelli, dal processo produttivo alla materia, e alla funzionalità mirata. Non si tratta di un impoverimento ma, anzi, di una maniacale ricerca per il dettaglio e per la qualità, elementi caratteristici di Fendi e sui quali focalizzo la mia attenzione". Fa parte del processo creativo la sintesi di istanze apparentemente opposte "ma che in realtà diventano complementari, come la tradizione e la cultura artigianale che incontrano l'innovazione e la tecnologia produttiva". È probabilmente questo equilibrio a rendere la collezione *Fendi Casa Contemporary* (non pensata come una raccolta di singoli episodi, ma un coerente ensemble di materiali, colori, segni grafici, virtuosismi realizzativi) capace di



dialogare con ogni contesto spaziale. Come gli interni del nuovo *Yacht Club* di Monaco ospitato in un edificio di Norman Foster, arredati in collaborazione con l'interior designer francese Jacques Grange.

**DIDASCALIE:** Schizzi e dettaglio del divano *Diagonal* di Toan Nguyen per **Fendi Casa Contemporary**, "un volume semplice che acquista identità grazie al segno di una cucitura". Poltrona dalla ultima collezione di imbottiti componibili *Sloane* che "reinterpreta una tipologia classica ma si distingue con il piping a contrasto disegnando un percorso complesso e grafico". Hampton, definito dal designer Toan Nguyen "un divano decisamente lounge che gioca sul contrasto tra geometria rigorosa e cuscinatura generosa", ambientato nel nuovo *Yacht Club* di Monaco, ospitato in un edificio di Norman Foster, e arredato in collaborazione con Jacques Granges.

## COMPETITIONS

### P74. TRA ORIENTE E OCCIDENTE

SONO STATI PROCLAMATI I VINCITORI DELLA COMPETIZIONE PROMOSSA DA POLTRONA FRAU E DAL SUO STORICO DEALER TAIWANESE EUCHAIN, VOLTA A VEICOLARE UN INTERSCAMBIO DI IDEE TRA LE CULTURE PROGETTUALI DI PAESI DISTANTI

Lo showroom milanese di Poltrona Frau ha ospitato la premiazione del Taiwan Design Contest, competizione promossa dall'azienda di Tolentino e dal suo storico dealer taiwanese, Euchain, e volta a promuovere un interscambio di idee tra le culture progettuali orientali e occidentali. Lanciato nel 2014, il concorso ha previsto due categorie competitive: l'Occupational Design Group (designer e architetti professionisti a cui è stato chiesto di sviluppare una poltrona espressione della sintesi fra le due culture) e l'Amateur Design Group (studenti di scuole di design messi alla prova nella progettazione di un oggetto o un complemento in pelle). I lavori di entrambe le categorie sono stati valutati, attraverso un processo di selezione incrociato, da una giuria taiwanese e da una italiana, quest'ultima composta da: Gilda Bojardi (direttore di Interni); Giovanni Gastel (fotografo); Flavio Manzoni (Head of Design Ferrari); Jean-Marie Massaud (designer); Marco Romanelli (architetto e critico del design). Per la categoria Occupational Design Group, è stato decretato vincitore Lu Shi-Chieh per la seduta *Ming's Heart* (che sarà ufficialmente presentata al prossimo Salone del Mobile), poltroncina ispirata alle linee austere ed essenziali dell'archetipica sedia cinese del periodo Ming, impreziosita dalla cultura del 'fatto a mano' e della pelle di Poltrona Frau. Nella categoria Amateur Design Group, ha invece prevalso Wu Chih-Wei con *Chinese Cabinet*, una borsa in pelle il cui meccanismo di apertura, mutuato da quello di alcuni armadi, richiama elementi iconografici tipici della cultura cinese. A proposito dell'iniziativa Piero Valentini, direttore generale di Poltrona Frau, ha dichiarato: "Per un'azienda come la nostra, che sta accelerando il processo di internazionalizzazione, è molto stimolante e istruttivo vedere i propri valori interpretati da professionisti del settore con un background culturale e personale molto diverso dal nostro".



**DIDASCALIE:** Sopra: il progetto vincitore del Taiwan Design Contest (promosso da **Poltrona Frau** e dal dealer taiwanese Euchain), per la categoria Occupational Design Group: la seduta *Ming's Heart*, di Lu Shi-Chieh. A destra, il lavoro premiato nella categoria Amateur Design Group, la borsa *Chinese Cabinet*, di Wu Chih-Wei.

## DESIGNER

### P78. IL NUCLEO SVELATO DEGLI OGGETTI

TRA IL PREZIOSO E IL SINTETICO, IL DESIGNER RUSSO DIMA LOGINOFF ESPLORA CON TOCCO AUDACE I DETRITI DI BELLEZZA DI UN'EPOCA POST-STORICA IN CUI IL DESIGN SI FA RAFFINATO GIOCO SOPRA LE RIGHE

Il design è una cosa seria. Talmente seria che, se ci sai fare, puoi anche scherzarcisi sopra: gli oggetti 'sopportano' in ogni caso tanto la serietà quanto la facezia, come ha dimostrato a suo tempo il design postmoderno sdoganando definitivamente la liceità del simbolico accanto a quella del funzionale. Da allora, alla tradizione 'moralizzatrice' del Movimento Moderno – che ha ritenuto suo compito storico instradare l'utente sulla retta via della Funzione – si è progressi-





vamente affiancata una vena del progetto più esuberante ed espressiva, che vede nel giovane designer russo Dima Loginoff uno dei suoi esponenti più interessanti del momento. Di base a Mosca, in una nazione che, come lui dice, si caratterizza per essere "un paese di vendita al dettaglio senza una produzione di design", Loginoff ha lavorato più con aziende italiane che russe, a seguito di una convergenza che sostiene essere stata solo accidentale ma che nasconde forse una più profonda affinità elettiva: "Non ho mai fatto niente di particolare per entrare in contatto con un'azienda. So solo che, nel mio caso, bussare alle porte delle aziende non stava

funzionando, così ho provato a far conoscere il mio design anche se si trattava solo di concept, e la cosa ha funzionato. Prima di avere un contratto e dei pezzi in produzione il mio lavoro è stato pubblicato su molte riviste internazionali, ed è così che, credo, Studio Italia Design mi ha notato". Ciò che appare subito evidente dai progetti disegnati per questa e altre aziende come Artemide, Axo Light, Vitra, Artex, Evi Style, è il tocco leggero e divertito con cui Loginoff maneggia frammenti poetici attinti tanto da una tradizione 'preziosa' dell'arredo quanto dalle nuove sensibilità introdotte dalla sintesi digitale dei polimeri, finemente frullati in traiettorie formali che si sviluppano come le evoluzioni delle biglie di un giocoliere. Lo stesso Loginoff pensa a se stesso come a "un bambino dell'era di internet", epoca che mette a disposizione dei designer la possibilità di sondare approdi progettuali a partire dalle 'sinapsi' visive più estreme ed improbabili. E proprio questo appare dalla produzione del designer russo, di cui sarebbe difficile definire uno stile unico perché il suo, più che un 'segno', è un 'tocco' caratteristico, un modo di accarezzare i detriti di bellezza restituiti dal riflusso di un'epoca post-storica e usati per definire l'oggetto attraverso una sorta di 'addizione sottrattiva' che più gli aggiunge velature più lo sveste, più lo copre più lo scopre, come una leziosa cipolla della quale si riesce infine ad intravedere il segreto leggero e terribile: l'inesistenza di un nucleo al posto del quale si danno solo eteree, friabili, risonanti pulsazioni di energia.

**DIDASCALIE: pag 78 1.** Il giovane designer russo Dima Loginoff. **2.** Lampade Nostalgia per **Studio Design Italia**, la cui forma retrò si fonde a linee moderne, unendo l'esperienza di produzione del vetro soffiato alla tecnologia led. **3.** La serie di lampade Memoria, prodotte da **Evy Style**. **4.** Curl My Light, lampada in acciaio da tavolo e da terra dal look fortemente iconico. Prodotta da **Studio Design Italia**. Foto: Andrea Pancino. **pag 79 1.** Lampade Fedora, prodotte da **Axo Light** con diffusori in alluminio e faretto integrato in vetro trasparente. **2.** Lampada Mountain View per **Axo Light**. **3.** Il divano Kisses, per **Artex**, ironizza sul precedente illustre del divano a forma di bocca, riproducendo la sequenza di tre 'x' digitata nei messaggi di testo al posto della parola "baci". Foto: Davide Buscioni per Protocol. **4.** Il sofà Fifth Avenue per **Artex** evoca la via centrale di Manhattan.

## ARCHITECTURE

### P80. UN BAIN DE SOLEIL

SI VOLTA PAGINA A PARIGI, NEGLI STORICI LES BAINS DOUCHES, ORA VIVIBILI GIORNO E NOTTE NELLA NUOVA VESTE DI BOUTIQUE HOTEL-CLUB LOUNGE E RISTORANTE-BAR, QUEST'ULTIMO FIRMATO DA DENIS MONTEL/STUDIO RDAI

Chiusi dal 2010 perché pericolanti, i mitici *Les Bains Douches*, nati nel 1885 come bagni municipali nel terzo *arrondissement*, tra il Marais e Les Halles, prima spa della capitale frequentata da ospiti del calibro di Marcel Proust, sono rinati come *hotel-club lounge*, per volontà del neoproprietario, il produttore cinematografico Jean-Pierre Marois. Archiviata la fulgida epoca hausmaniana e quella degli anni Ottanta e Novanta, in cui sono stati un night club iconico delle notti parigine per *celebrities* e artisti quali Andy Warhol,



Yves Saint Laurent, Mick Jagger e moltissimi altri, hanno riscoperto il fascino e lo splendore di un luogo *hybrid-chic*, nel segno del design. Con Vincent Bastie come protagonista dell'architettura complessiva, Tristan Auer per l'interior design delle 39 camere-suites e della discoteca, Denis Montel/studio RDAI per quello del ristorante-bar. Un luogo nel luogo *La Salle-à-Manger* - nelle varie appendici sala-privée, vestibolo, patio e bar - è stata concepita come una raffinata neo-brasserie dal direttore artistico dello studio RDAI che firma le boutique Hermès di tutto il mondo. "L'*esprit du temps* di questo indirizzo di charme *bohemien* e internazionale, mi ha suggerito di esprimere una visione contemporanea del progetto con un *tailor-made* di forme fluide e avvolgenti; e materiali innovativi, confortevoli sul piano acustico, ma anche evocativi del passato. Come esemplifica il pavimento in mosaico che sembra dissolvere due milioni di pixel nell'acqua", ha commentato Denis Montel. Mentre, nel dance club al piano inferiore, si continua a ballare.

**DIDASCALIE:** Sotto le vibranti onde in lacca rossa del soffitto, il bancone del bar in mogano tinto e lava smaltata, si accompagna agli sgabelli Spine 1730 di Fredericia, in frassino tinto scuro e pelle di colore rosso. Foto di Guillaume Grasset. Scorcio dello spazio ristorante: tavoli con piano in mogano e struttura laccata grigia di **Pedrali**, sedute della collezione Ren di **Stellar Works**, lampade wireless Luxciole in grigio antracite di **Hisle**. Pavimenti su disegno in mosaico di gres porcellanato (by **Winckelmans**) e pasta vitrea (by **Trend**). Foto di Paul Raeside. Dettaglio dei pannelli in fibra di lana riciclabile (by **Gabriel**) che rivestono le pareti, con texture cromatiche ad alta fonoassorbente. Foto di Guillaume Grasset.

## EVENTS

### P86. DESIGN WEEK MEXICO

LA SETTIMANA EDIZIONE DI DWM, LA SETTIMANA DEL DESIGN A MEXICO CITY, COME OCCASIONE PER FARE IL PUNTO DELLA SITUAZIONE E APRIRSI A PIÙ TAVOLI DI CONFRONTO, IN VISTA DEL 2018 QUANDO LA CAPITALE MESSICANA DIVENTERÀ CAPITALE MONDIALE DEL DESIGN



Il preludio è stato dal 21 al 25 ottobre scorsi, quando Mexico City ha ospitato la 7ª DWM/Design Week Mexico: intensa, stimolante e talentuosa scena del design messicano, ma anche piattaforma per promuovere il progetto come evento di richiamo internazionale. Per il *clou* bisognerà attendere il 2018, quando Mexico City, diventando capitale mondiale del design, monitorerà la creatività aperta a innesti e contaminazioni sempre più trasversali "come un valore che contribuisce allo sviluppo culturale, sociale ed economico del Paese". Le parole del primo cittadino Miguel Ángel Mancera, totalmente condivise da Emilio Cabrero, tra i soci fondatori e direttore della DWM hanno così introdotto l'edizione 2015 che ha visto il Museum of Modern Art e il Museo Rufino Tamayo come sedi elettive; l'Italia come "Paese Ospite" e il Chiapas come primo "Guest Stato". Paradigmatica, già dal titolo, "Sotto lo stesso sombrero", del quadro della manifestazione è diventata così l'installazione nei giardini del Museo Tamayo firmata dagli italiani Palomba + Serafini Associati con C Cúbica Arquitectos (alias Emilio Cabrero, Marco Coello, Andrea Cesarman) e Pedro Sanchez. Un pavilion-ponte metaforico, che si innesta a ridosso del museo in corrispondenza dell'ingresso verso il parco, rielaborando nella sua figura alcuni elementi della cultura messicana. Il commento dell'architetto Palomba? "L'abbiamo pensato come un macro oggetto di design, una struttura di ferro aggettante su cui si intrecciano e si arrampicano delle corde e catene, che rimandano al tipico telaio del Chiapas con il quale le donne realizzano da sempre meravigliosi tessuti. Accompagnate dall'elemento naturale del verde rampicante, disegneranno una copertura in divenire

e inediti giochi di luce e ombra, sopra l'archetipo banco centrale della cucina, ricondotto all'essenza degli elementi necessari per la preparazione del cibo (fuoco, acqua e piano d'appoggio". Come dire: l'anima della DWM vuole essere open a trasversale e vari sono stati in questa edizione i 'piatti' proposti. Nell'evento *Vision & Tradicion*, designer italiani e messicani sono stati invitati a collaborare con artigiani provenienti da diverse comunità del Chiapas nell'interpretazione e valorizzazione delle peculiarità di un territorio denso di colori, materie ruvide, storie, iconografie e segni; patrimonio di una cultura unica chiamata a integrarsi sul palcoscenico del progetto globale, in una logica di processi produttivi standardizzati. Senza dimenticare la riscoperta dell'utilizzo dell'argento nel design, tra tradizione e innovazione, associata al *Premio Nacional De La Plata Hugo Salinas Price*. Cambiando registro, *Territorio Creativo* ha riportato l'attenzione sulla qualità realizzativa dei prodotti pensati da una quarantina di designer messicani già affermati. Per i più giovani e promettenti, ci sono state invece le vetrine di *Design Content*: 19 ospitali containers dipinti di rosso e installati al Lincoln Park, nella shopping area di Polanco, a fianco delle *Temporary Structures* create dagli studenti universitari di design e architettura, negli specchi d'acqua e tra le fontane della zona. Il salto di scala si è affidato a *Design House*: come d'abitudine, un gruppo di progettisti di fama e architetti hanno interpretato le diverse zone di una casa pre-esistente; e, per questa edizione, sotto il concept "Design Hotel", è stato prescelto un edificio di San Miguel Chapultepec che ha potuto vantare il sapiente intervento del maestro Raymundo Sesma/Advento Art Design, sulle facciate e negli spazi comuni interni. *Last but not least*, l'asset di conferenze e speech, sul contributo della cultura del progetto alle sfide del futuro, che ha visto la partecipazione di architetti e designer internazionali quali Mario Botta, Piero Lissoni, Roberto Palomba, Luca Nichetto, Matteo Zorzenoni, Mauro Panigo & Andrea Balestrini in rappresentanza dello studio LAND, Fortunato D'Amico per la Fondazione Michelangelo Pistoletto e Gilda Bojardi per la rivista INTERNI, media partner dell'evento. Sono state possibilità di incontro e dialogo, che l'opera site-specific *Terzo Paradiso* di Pistoletto, omaggio del maestro dell'Arte Povera installata nei giardini del Museum of Modern Art simboleggia appieno. "Nella sua immagine ispirata dal segno dell'infinito c'è il senso di un io e di un noi, di una natura e di un artificio che devono spaziare verso nuovi traguardi etico-estetici condivisi" ha commentato D'Amico. Intanto, la città in festa ha aperto, al popolo del design messicano, showroom, gallerie d'arte, l'Archivio Arquitectura y Diseño, la Casa Estudio Luis Barragán e altro ancora. Dopo questo vibrante preludio e con ulteriori messe a punto non restano dubbi: nel 2018 la capitale mondiale del design avrà tutte le carte in regola per proporsi come un hub di riferimento per l'America Latina. E non solo.

**DIDASCALIE: pag 83** L'installazione-pavilion 'Sotto lo stesso sombrero' pensata da Palomba+Serafini Associati con C Cúbica Arquitectos e Pedro Sanchez, a ridosso del Museo Ruufino Tamayo in corrispondenza dell'ingresso verso il parco. **pag 84 1.2.** Viste del Museo di arte contemporanea Rufino Tamayo nella zona del Chapultepec Park, è stato disegnato nel 1972 dagli architetti Abraham Zabludovsky e Teodoro González de León. Photo courtesy Tamayo Museum. **3.4.** Levento *Vision & Tradicion*, presso la Clock Tower Gallery al Lincoln Park, nella zona di Polanco. Foto René Enriquez/courtesy DWM. **pag 85 1.** Fontane d'acqua al Lincoln Park: strutture effimere create dagli studenti di Architettura e Design. **2.** L'edificio di San Miguel Chapultepec che ospitava levento *Design House* caratterizzato dall'intervento progettuale di Raymundo Sesma/Advento Art Design sulle facciate. **3.** Mario Botta in un momento della sua lectio. **4.** Levento *Design Content*, dedicato ai giovani progettisti, in Julio Verne Street. Foto di René Enriquez/courtesy DWM.

## EVENTS

### P86. ADVENTO ART DESIGN

LO SGUARDO DIVERSO SUL DESIGN IN MESSICO DI RAYMUNDO SESMA E SILVINO LOPEZTOVAR CHE, SENZA SEPARARE L'ARTE DALLA VITA, CERCANO LE POSSIBILITÀ DI CAMBIARE IN MEGLIO IL VOLTO DELLE COSE QUOTIDIANE, DALL'OGGETTO ALLA CITTÀ

Lavorano sul *global*, ma ricercano altri valori, credendo nelle prospettive dell'interdisciplinarietà. Non hanno mai ragionato in modo seriale sulle cose che fanno e ispirati da una visione di ricostruzione avanguardista dell'universo (vedi Campo Expandido, INTERNI, ottobre 2015, pg 20), dalla sede di Mexico City, che riunisce in un accattivante edificio di Condesa, la generosa galleria espositiva e gli spazi di lavoro e studio, sviluppati su tre livelli, rivolgono e restituiscono il loro sguardo speciale al palcoscenico internazionale del progetto. Sono Raymundo Sesma e Silvino Lopeztovar che abbiamo incontrato in concomitanza della *Design Week Mexico 2015*, dove Advento Art Design ha curato l'indelebile e bril-



lante intervento sulle facciate e negli spazi comuni interni dell'edificio di San Miguel Chapultepec che ospitava l'evento *Design House*. È stata anche l'occasione per 'toccare dal vivo' gli oggetti ideati dal prolifico Lopeztovar. "Sono sempre stato attratto dall'estetica del movimento, dalle

forme asimmetriche-scoltoree, ma anche dall'astrazione perfetta che ci regala ogni giorno il mondo degli insetti e della natura" ci ha raccontato. "Un buon progetto per me deve superare la mera rispondenza al requisito funzionale dell'oggetto per incontrare una tensione visiva formale. L'aerodinamica, le opere dei futuristi, di Luigi Colani, Carlo Mollino, Carlo Carrà restano le mie fonti di ispirazione principali, come è stato agli inizi. Ma progetto per le persone e penso a oggetti che possano dialogare con loro, diventare parte di una vita quotidiana e con cui condividere un piacere sensoriale". Il dinamismo delle forme disegnate da Lopeztovar rispecchia un uso dialettico dei materiali. La cifra del suo design si lega a una produzione di base locale e a una cultura artigianale, che esprime sensibilità nel plasmare la materia (nella sua varietà) e nel colore "esplorato in tutte le sue declinazioni circolari che rappresentano la vita, compreso il nero" dice. È così che, superando la linea del confine, Silvino, come Raymundo, si è avvicinato all'arte: per trasferire sentimento dentro i suoi oggetti e per non lasciare solo icone del segno.

**DIDASCALIE: pag 86** Il fronte d'ingresso che rende unico, con il disegno site-specific, di Raymundo Sesma, la sede di Advento Art Design a Mexico City, nella zona di Condesa. **pag 87 1.** Silvino Lopeztovar ritratto tra alcune delle sue creazioni. **2.** Alak Baby, sedia a dondolo per bambini in legno curvato, 2014. **3.** Duo, centro tavola in vetro soffiato, 2013. **4.** Clea II, scultura in pvc, metallo e marmo, 2010. **5.** Misticas, panca ecclesiastica impilabile, in legno di quercia e tecnopelle, 2012. **6.** Un episodio del palcoscenico espositivo di Advento Art Design a Mexico City. **7.** Alak, sedia a dondolo per bambini in legno curvato, 2011. **8.** Ori, tavolino in MDF, legno, lacca e poliuretano, 2012. Intervento di Raymundo Sesma per il disegno del piano.

## YOUNG DESIGNER

### P88. L'ESTETICA DEL SEMPLICE

SIGNORILE, PRATICA E CONCETTUALE, MARINA BAUTIER È SIA DESIGNER SIA IMPRENDITORE. ED UN GIORNO AL MESE CHEF DE CUISINE!

Look da modella preraffaellita e temprata da contadina, artigiana e imprenditrice. Intelligenza e intuito che pescano nella storia del Belgio e dei Paesi Bassi e la rileggono con lo sguardo di una contemporaneità colta, che ama l'essenziale e detesta l'ostentazione. Si parla di mobili, di legno. Di qualcosa di semplice e ben fatto. Sedie, letti, panche, tavoli, librerie di quercia o frassino, destinati a durare e a invecchiare bene, perché costruiti con cura, nella sobrietà di forme che a volte ricordano il design scandinavo, o la De Padova degli anni 80, che fece conoscere il puro arredo degli Shakers. Nata Bruxelles nel 1980, sin da bambina si appassiona al legno e questo interesse chiaro la porta a 18 anni a trasferirsi ad High Wycombe, tra Londra e Oxford, per laurearsi in Furniture Design alla Bucks New University. Finiti gli studi rientra nella sua città dove apre il proprio atelier nel 2003. La sua carriera sboccia al Salone Satellite dove nel 2006 viene notata da Ligne Roset, che acquista il progetto del suo specchio 'Frames' e nel 2007 dalla giapponese Idée, che le affida la rivisitazione della propria collezione 'Paysan'. Quest'ultimo è il lavoro ideale per Marina: ammodernare e rivalizzare una linea classica, essenziale, usata in città ma ispirata alla cultura contadina del Giappone. La collaborazione con Idée non si è più interrotta e lo scorso novembre a Tokyo è stata presentata la terza collezione da lei disegnata per il marchio fondato da Teruo Kurosaki, acquisito nel 2007 da Muji. Il suo modo di lavorare, basato su una semplicità difficile da eguagliare, le è valso contratti con altre aziende internazionali quali Swedese, la britannica





Case, e l'azienda tedesca Neue Moebel. Dal 2013, dopo aver seguito per 10 anni le produzioni altrui, ha creato il proprio brand 'Bautier', con il quale produce e vende esclusivamente via web o nello show room studio di Bruxelles. Qui ogni mobile e ogni dettaglio cantano il suo credo: puro, naturale, fatto bene, non troppo caro. Lo stesso spirito con cui ogni ultimo venerdì del mese si mette ai fornelli e prepara pranzo per 20 amanti dell'informale, dell'estetica del semplice e dei sapori senza tempo.

**DIDASCALIE: pag 88 1.** Frames, specchio con *étagère* in legno di noce, prodotto da **Ligne Roset**, 2007. **2.** Marina Bautier, mentre prepara il pranzo che si tiene l'ultimo venerdì del mese nel suo studio a Bruxelles. **3.** Specchio Steel Frame, con letto, contenitore e mobile, tutti in legno di quercia, produzione **Bautier**, 2014. **4.** Tavolo in quercia con contenitori mobili in acciaio laccato, facente parte della collezione Lap shelving, disegnata per **Case Furniture**, UK, 2015.

**pag 89 1.** Dimanche Series, terza collezione di arredi disegnata per il brand giapponese **Idée**, 2015. **2.** Three Seater Sofa, dettaglio, base in legno di quercia, imbottitura in poliuretano e piuma, produzione **Bautier** 2015. **3.** Unit, sistema con appendino, libreria, scrittoio, in legno massello di quercia o frassino, produzione **Stattmann Neue Moebel** 2012. **4.** Oak bench, panca in legno di quercia e imbottitura, prodotta da **Bautier**, 2014. **5.** Cruiser, poltroncina in quercia con cuscini, prodotta da **Swedese**, 2010.

### ART DE LA TABLE

## P90. ARTE E DESIGN DI CAPODANNO

C'è chi lo passa nei castelli e chi nella catacombe, chi tra i ghiacci e chi ai tropici. Ma il Capodanno ispira e scatena per il suo valore augural-simbolico, non trascurando neanche quello consumistico, che gradatamente si materializza in sontuosi cenoni. Da quello - di carta - di Comieco (Consorzio nazionale per il recupero e il riciclo degli imballaggi a base cellulosa),

in cui s'esplorano i molteplici e sorprendenti ri-utilizzi di carta e cartone, a quelli che si possono realmente preparare in proprio grazie a preziose pentole d'argento ("Cucinare nella purezza è l'unico modo per cucinare sano") che ogni anno di questi tempi vengono lanciate sul mercato: dalle nuovissime Pan 999 di Tobia Scarpa per San Lorenzo a quelle, più classiche, di Dabbene Milano 1939, alla casseruola disegnata dall'astro-chef Riccardo De Prà (ristorante Dolada di Pieve d'Alpago, una stella Michelin), che è stato lo chef delle nozze veneziane di George Clooney con Amal Alamuddin. D'altronde, l'argento è, tra i metalli, il miglior conduttore di calore; non cede sapori e, anzi, esalta il gusto degli ingredienti; non interagisce con gli ingredienti con cui viene a contatto ed è perciò più sano di tutte le altre leghe metalliche. Ma, tra le squisite cibarie cucinate in costose pentole d'argento 925, non possono mancare i divini nettari francesi e italiani, champagnes e spumanti, che oltretutto s'impegnano anche sul fronte dell'arte o del design. D'altronde, nell'ampia area francese di Reims-Epernay, le grandi maisons de champagne fanno a gara per mettere insieme collezioni d'arte o anche solo sporadici interventi artistici nei loro domaines (in queste pagine abbiamo diversamente documentato gli exploit d'arte-design dei più celebrati marchi, da Veuve Cliquot a Ruinart, da Mumm e Moët & Chandon, da Laurent-Perrier a Perrier-Jouët). O anche fuori dai domaines, come ogni anno fa - dal 1999 - Nicolas Feuillatte (terza realtà al mondo per lo champagne, in Francia addirittura la numero uno) con la sua iniziativa Artiste de l'Année. E monsieur Nicolas Feuillatte tutt'oggi esiste: viene da grande famiglia di distributori (Cafés Richard) ed è, sin dagli anni Sessanta, un animatore del jet-set, frequentatore di Jacqueline Kennedy, Maria Callas e Lauren Bacall, per una delle quali ha perso la testa disegnando e dedicandole la preziosa bottiglia Palmes d'Or, il cui design vuole ricordare le perle che la gran dama portava sovente al collo. Tra le più nuove (2015) realtà italiane troviamo invece Corteaura in Franciacorta (sulle pendici di Adro, località già famosa nel XIII secolo per la coltivazione della vite), nata da una notevole opera di ristrutturazione e riconversione d'uso di un antico edificio

rurale, nell'assoluto rispetto del territorio che lo circonda. Architettura rigorosa e appositamente strutturata, firmata da Federica Massagrande (progettista e immobiliare, molto nota in Costa Smeralda), che permette anche d'allungare i tempi d'affinamento delle bottiglie sui lieviti (minimo 25 mesi, anziché 18 previsti dal consorzio vitivinicolo Franciacorta). Poi, dalla Franciacorta, anche un ideale 'sostegno' all'arte contemporanea con l'installazione (bottiglie vuote di spumante), presentata al Museion di Bolzano, Dove andiamo a ballare stasera? (2015) delle artiste **Goldschmied & Chiari**, installazione site specific che mette in scena i resti di una festa (bottiglie vuote, sfere stroboscopiche, stelle filanti e coriandoli abbandonati sul pavimento), assurda alle cronache - non solo italiane - in quanto gli addetti alle pulizie del museo l'hanno rimossa, credendo appunto si trattasse dei 'resti' di una festa d'inaugurazione... E, infine, che dire dell'ultimo profumo artistico presentato a Pitti Fragranze da Gabriella Chieffo, battezzato Ragù (pepe rosa e nero, noce moscata, cardamomo, zafferano, chiodi di garofano, arancio e bergamotto), "evocazione di quelle domeniche di una volta, in cui si preparava per ore il pranzo domestico, e le stanze di casa si riempivano di odori di buono e di famiglia"? Viva la nostalgia!

**DIDASCALIE: pag 90 Boom!** di Julien Taylor, "fotografo illusionista" che lavora molto sui fotomontaggi digitali, opera per il 35esimo anniversario della maison Nicolas Feuillatte, la cui la celebrata bottiglia Palme d'Or rosé vintage 2005 ("The diva of champagne"), appare in piccolo sulla destra nell'immagine.

**pag 91 1.** 49esima edizione annuale dell'edizione limitata del Piatto-calendario (porcellana e foglia dorata) di Fornasetti, una tradizione iniziata nel 1968 da Piero Fornasetti e proseguita dal figlio Barnaba. **2.** Dove andiamo a ballare stasera? installazione (2015) di **Goldschmied & Chiari** al Museion di Bolzano, nell'ambito de *La lbera della cuccagna*. Nutrimenti dell'arte, articolato progetto espositivo nazionale a cura di Achille Bonito Oliva. **3.** Ragù, profumo presentato all'ultimo Pitti Fragranze da Federica Chieffo. **4.** Casseruola Argenta, disegnata dall'astro-chef Riccardo De Prà del Dolada. **5.** Una bottiglia del sofisticato Saten di Corteaura, la più nuova maison vitivinicola insediata in Franciacorta, all'interno di un antico edificio rurale ristrutturato da Federica Massagrande. **6.** La 'grande mise en place' di Comieco, Consorzio nazionale per il recupero e il riciclo degli imballaggi a base cellulosa.

### ON VIEW

## P92. BUREN PER L'ATRIO DEL MADRE DI NAPOLI

Per celebrare la relazione fra l'istituzione museale e la sua comunità, in occasione dei primi dieci anni d'attività del museo Madre di Napoli - che ha sede presso l'ottocentesco palazzo Donnaregina, che nello specifico ha cambiato destinazione d'uso su progetto di Alvaro Siza Vieira - due lavori in situ sono stati commissionati dal museo all'artista francese Daniel Buren (Boulogne-Billancourt, 1938), uno dei massimi autori contemporanei. Buren li ha realizzati in due momenti diversi, concentrandosi, nello specifico, sull'area d'ingresso al museo con l'installazione *Axer / Désaxer* (2015), spettacolare intervento di dimensioni architettoniche, concepito dall'artista appositamente per l'atrio del Madre: affacciato in modo obliquo rispetto alla via antistante, l'edificio del museo viene fatto 'ruotare', dall'intervento dell'artista, per rimettersi in asse verso l'antistante via Settembrini.



Attraverso strisce di marmo bianche e nere di 8,7 cm (una delle caratteristiche ricorrenti degli interventi in situ dell'artista), il nuovo pavimento dell'ingresso suggerisce un'inedita via di fuga e un potenziale asse prospettico rettilinei all'asse stradale, facendo in modo che il museo esca da se stesso per abbracciare la città intorno, mentre una struttura-padiglione, costituita da superfici colorate e da specchi, riverbera ed esalta la nuova assonometria immaginaria. In questo modo, l'artista agisce sul punto di vista dello spettatore, creando uno spazio di mobilità percettiva e cognitiva, di visione, me-

diazione, attrazione e comunione reciproche, in cui interno ed esterno, museo e comunità si compenetrano l'uno nell'altro, fino a confondersi fra loro. Ogni visitatore è così accolto e invitato, letteralmente a colpo d'occhio, a far parte dell'opera e a partecipare attivamente alla relazione che essa celebra fra sfera istituzionale e dinamiche pubbliche. Buren è autore di opere in cui la valenza visiva è sempre associata a quella teorica e il cui elemento emblematico potrebbe essere riassunto nella comprensione e nell'utilizzo della nozione di 'in situ', espressione con cui l'artista stesso indica la stringente interrelazione fra i suoi interventi e i luoghi espositivi e urbani in cui essi sono realizzati.

**DIDASCALIE:** Daniel Buren, *Axer/Désaxer*, 2015, marmo bianco (*Thassos*), marmo nero (*Zimbabwe*), Dibond® (arancione, giallo, specchio), PVC (bianco, nero, arancione), modanatura (blu, bianco), pannelli in metallo bianco, elettricità-LED / white marble (*Thassos*), black marble (*Zimbabwe*), Ddibond® (orange, yellow, mirror), PVC (black, white, orange), moulding (blue, white), white metal panels, electricity-led (Courtesy l'artista, Galleria Continua, San Gimignano e Studio Trisorio, Napoli - Photo © Amedeo Benestante).

## ON VIEW

### P94. PIRELLI THE CAL 2016

**"QUANDO PIRELLI M'HA CONTATTATA", DICE ANNIE LEIBOVITZ, "HA SUGGERITO L'IDEA DI FOTOGRAFARE DONNE CHE IN QUALCHE MODO SI SONO DISTINTE. E IO VOLEVO CHE LE FOTOGRAFIE MOSTRASSERO DONNE ESATTAMENTE COME SONO, SENZA ARTIFICI"**

L'edizione 2016 del collezionatissimo Calendario Pirelli ([www.pirellicalendar.com](http://www.pirellicalendar.com)), la quarantreesima dalla nascita, è firmata da una delle più celebri fotografe-ritrattiste del mondo, la statunitense Annie Leibovitz, che persino di calendari ne sa parecchio, avendo già realizzato per Pirelli quello del 2000 e, per Lavazza, quello del 2009. Anna-Lou Leibovitz (classe 1949), che adora Richard Avedon, è diventata famosa nei 13 anni (1970 -1983) passati come fotografa della rivista *Rolling Stone*, che le ha aperto le porte a tutto: dalle riviste patinate della *Condé Nast Usa* (*Vogue* e *Vanity Fair*) alle campagne-stampa per le più grandi corporation internazionali, dall'*American Express* a *Louis Vuitton*. Sono rimasti nella memoria collettiva alcuni suoi ritratti di celebrità, come, ad esempio, quello di Yoko Ono e John Lennon, abbracciati nel loro letto il giorno prima che lui venisse assassinato; la regina Elisabetta II durante la sua visita negli Stati Uniti nel 2007; Demi Moore incinta al settimo mese e nuda... In effetti, l'aura chic e intellettuale che Annie Leibovitz s'è guadagnata grazie anche a una vita personale fuori dagli schemi (per decenni compagna di Susan Sontag, con un primo figlio a 51 anni e ulteriori due da madre surrogata) ha sempre fatto tendenza e la farà di certo anche con la 'rivoluzione' post-femminista di *The Cal*, che, improvvisamente, presenta donne vestite e persino ottantenni: l'edizione 2016 ha infatti per protagoniste 13 donne che hanno raggiunto traguardi notevoli nella vita professionale, culturale, sociale o sportiva: l'attrice Yao Chen, prima ambasciatrice cinese dell'Alto commissariato delle Nazioni Unite per i rifugiati (UNHCR); la top model russa Natalia Vodianova, fondatrice dell'organizzazione filantropica *Naked Heart Russia*; la produttrice Kathleen Kennedy, presidente di *Lucasfilm* e tra le figure più rilevanti di Hollywood; la collezionista d'arte e mecenate Agnes Gund, presidente emerita del *MoMA*; la tennista Serena Williams, numero uno al mondo; l'opinista, critica e scrittrice Fran Lebowitz, la presidente di *Ariel Investments* Mello-dy Hobson, impegnata in progetti filantropici a Chicago; la regista Ava DuVernay, nota per aver diretto - tra gli altri - il film candidato all'Oscar 2015 *Selma* - La strada per la libertà; la blogger Tavi Gevinson, fondatrice del blog *Style Rookie* e del magazine on-line *Rookie*; l'artista iraniana Shirin Neshat; l'artista, musicista e performer Yoko Ono; la poetessa del rock Patti Smith; l'attrice e comica Amy Schumer. Gli scatti sono stati realizzati in luglio presso uno studio di New York e l'unica cosa negativa che si può dirne in merito è che la scelta di uno sfondo unico e volutamente shabby è noiosetta.

**DIDASCALIE:** 1. Patti Smith 2. Shirin Neshat 3. Yoko Ono.



## LIMITED EDITION

### P96. GAETANO PESCE: I VASI ALBERO

**"LA NATURA IN OGNI ISTANCE SI OCCUPA DEL VOSTRO BENESSERE. NON HA ALTRI FINI. NON RESISTETELE"** HENRY DAVID THOREAU

"I vasi della serie Albero sono un ulteriore lavoro che sottolinea l'importanza della figurazione nel progetto degli oggetti. Come affermo da anni, l'astrazione non è più in grado di riscaldare e attirare la nostra curiosità e stimolare la nostra fantasia. Questi 'alberi', quando si toccano, si muovono un po' come il vento, che, soffiando, muove il loro volume e, in una parola, sono degli oggetti che parlano della natura come insostituibile presenza nella nostra vita". Gaetano Pesce, New York City, novembre 2015. Come ci racconta Pesce (classe 1939), si tratta di un omaggio alla natura, una piccola serie artigianale, nuova fiammante, di vasi - vaso Albero grande (h 55x80 cm), vaso Albero medio (h 56x60, diametro base 34 cm), vaso Albero piccolo (h 21, base 22, diametro superiore a 8 cm), vaso Toscana (h104x35, diametro base 20 cm) - fatti personalmente a mano da Gaetano Pesce, presso il suo laboratorio di Brooklyn. Sono tutti pezzi unici sperimentali, derivati da una ricerca del 2015, i cui materiali utilizzati sono cartapesta e poliuretano policromo.

**DIDASCALIE:** Nelle immagini, la piccola serie di vasi Albero, progettati e manualmente realizzati da Gaetano Pesce in cartapesta e poliuretano (courtesy of Gaetano Pesce's office, photographer Sebastian Piras).



## INTERNI PER CULTI MILANO

### P98. THE ORIGINAL HOME PERFUME

**LA CULTURA DEL PROFUMO PER AMBIENTE DI CULTI MILANO HA UNA STORIA DI 25 ANNI IN CONTINUA EVOLUZIONE**

CULTI MILANO dedica fin dalla sua fondazione la sua attività alla produzione e commercializzazione di profumi per ambiente. Il suo claim "The original home perfume" esprime uno dei suoi valori principali: l'originalità. CULTI MILANO rimane il pioniere nell'aver inventato il famoso sistema di diffusori con midollino. Un altro valore importante dell'azienda è l'unicità, legato alla purezza e alla qualità delle fragranze, e all'esclusività della profumazione, capace di diffondersi in modo delicato ma persistente nell'ambiente. L'azienda fa capo ad INTEK GROUP Spa, holding di partecipazione diversificata nei settori produttivi, finanziari e di servizi. Oggi, con l'ingresso di Pierpaolo Manes l'azienda sta ultimando un processo di rinnovamento e riorganizzazione dei prodotti, della loro commercializzazione e dell'immagine. La boutique CULTI MILANO di Corso Venezia 53, è stata recentemente ristrutturata: uno spazio che si sviluppa su due livelli per un totale di circa 287 metri quadrati. Obiettivo della ristrutturazione è stato creare uno spazio multisensoriale in cui trasmettere ai visitatori i valori del marchio e del prodotto CULTI. Tra le novità il lancio del nuovo sito di e-commerce [www.culti.com](http://www.culti.com) con la presenza attiva dell'azienda sui principali social e a una rinnovata attenzione alla comunicazione più tradizionale. Anche le collezioni dei prodotti, le fragranze e le confezioni sono state rinnovate per offrire alla clientela una proposta completa e originale, con un packaging accattivante, dal design raffinato ed elegante, che comunica i valori del prodotto CULTI MILANO. Alle imminenti fiere di Parigi (*Maison&Objet*) e di Francoforte (*Ambiente*), CULTI MILANO presenterà anche la nuova collezione COLOURS, concepita per inserirsi con maggiore personalità e versatilità nell'ambiente al quale viene destinata: bottiglie colorate in abbinamento al tappo, all'etichetta e alla nuova confezione. Quattro colori, che caratterizzano le bottiglie in vetro e i tappi in legno di acero, nelle tinte arancione, verde, marrone e blu, abbinata all'etichetta in carta e racchiuse nella nuova elegante confezione, color champagne con profili in tinta, completamente ridisegnata. Le fragranze di saponibili per questa nuova collezione sono ARAMARA, MAREMINERALE, THE E TESSUTO, mentre le dimensioni



consentono diversi contenuti, da 250, 500, 1000 e 4300 ml. Il prodotto è inoltre corredato dall'astuccio separato che contiene i midollini naturali o high-tech da abbinare a ciascuna dimensione. Per gli amatori dei profumi intensi è stata studiata inoltre la nuova collezione BLACK LABEL, disponibile in un'unica ed esclusiva fragranza L'ODUNESS, disponibile da 500 e 2700 ml, accompagnata da midollini naturali o high tech a seconda della dimensione del flacone, sempre in confezione separata. Il flacone in nero opaco esprime eleganza e unicità così come il



tappo in acero tinto manganese e l'etichetta in carta verniciata nera. COLOURS e BLACK LABEL sono portavoce del nuovo corso di CULTI MILANO e testimoniano lo spirito di rinnovamento che anima l'azienda, nel rispetto della sua tradizione di alta qualità e di sobria raffinatezza.

**DIDASCALIE:** La boutique CULTI MILANO di corso Venezia, completamente rinnovata, propone un'esperienza multisensoriale di luci, colori e fragranze ai propri clienti. Le due nuove collezioni di CULTI MILANO Colours e Black Label.

### SUSTAINABILITY

## P100. SE IL KIOSQUE È FIRMATO BOURULLEC

IL DUO FRANCESE PROGETTA UN 'PAVILLON' MODULARE IN ACCIAIO VERNICIATO, CHE SI MONTA COME UN MECCANO. È IL PRIMO PROTOTIPO DI UNA SERIE DI CHIOSCHI SParsi PER PARIGI, DESTINATI AD OSPITARE INIZIATIVE SOCIALI E CULTURALI

È lungo 8 metri e mezzo e largo quasi tre; arriva con un tir e si monta in 3 ore. È l'ultimo (mini) progetto dei fratelli Bouroullec, fondato sui principi del 'design for assembly and for disassembly', che significa pensare all'architettura come a un oggetto scomponibile, che si monta come un meccano, e riciclabile. Una

filosofia 'del fare' che rientra pienamente nella storia progettuale del duo francese perché, come ha avuto modo di sottolineare Erwan Bouroullec, "c'è sempre una sorta di responsabilità, o meglio di etica quotidiana che accompagna il nostro lavoro". 'Kiosque' - così è stato



battezzato - nasce come prototipo di un nuovo concept di negozio, commissionato ai designer francesi dalla società immobiliare Emerge. Il primo è 'stato montato' fra i viali alberati dei Giardini delle Tuileries, a Parigi, e donato alla città per progetti sociali e culturali. La struttura è composta da elementi modulari in acciaio, alternati ad ampie vetrate, che sui lati corti coincidono con il prospetto: un sistema di pannellature scorrevoli consente però di oscurare completamente le facciate. Un tetto ampio, 'a fisarmonica', sormonta l'edificio, debordando lungo tutto il perimetro con ampie porzioni aggettanti (qui le luci), che creano ombra e riparo dalle intemperie, oltre a un piacevole spazio dehors. La destinazione dello spazio è davvero ampia: dalla vendita al dettaglio per attività commerciali a spazio espositivo per mostre temporanee, da luogo riunioni di quartiere ad assemblee pubbliche (video: <https://vimeo.com/140410062>)

**DIDASCALIE:** Nella pagina a fianco e a destra, due immagini giorno/notte del prototipo montato nel Giardino delle Tuileries, dove è stato presentato per la prima volta ai parigini (in basso a destra, il luminoso spazio interno). Le foto piccole mostrano il frame-work di montaggio del modello in studio, esatta 'fotocopia' di quanto poi avviene nelle realtà (v. l'immagine del montaggio del tetto nel parco delle Tuileries).

### SUSTAINABILITY

## P102. THE LAUNDRESS: L'ECO-CHIC A NYC

BRILLANTE IDEA DI MARKETING PER DUE NEWYORKESI SVEGLIE E COLTE: RILANCIARE IL CONCETTO DOMESTICO DI BUCATO - PER TESSUTI PREZIOSI E COSTOSI - E PORSI COME 'LAVANDAIE' ELEGANTI ED ECOLOGICHE

Lindsey Wieber e Gwen Whiting, laureate alla Cornell University di Ithaca in Design & Management del tessile e moda, e con esperienza professionale in vendita, gestione e sviluppo di prodotti per Chanel e Ralph Lauren, nel 2004 hanno creato un loro marchio, The Laundress (le lavandaie), linea di prodotti per il lavaggio e la cura dei tessuti pregiati (in primis d'abbigliamento, dopo anche biancheria per la casa e tessuti d'arredamento), bio-degradabili ed eco-friendly (privi di additivi chimici, fragranze sintetiche, petrolio, ammoniaca, cloro, candeggina, solfati, fosfati, coloranti, grassi animali). "Siamo una linea eco-chic di prodotti e complementi (ad esempio, gli Sweater Comb and Stone, pettine e pietra che eliminano i 'pallini' della lana, n.d.r.) per il bucato e la casa, costituiti da

solli ingredienti naturali e pensati nel rispetto della persona e dell'ambiente", dicono. I detersivi di The Laundress ([www.thelaundress.com](http://www.thelaundress.com)), utilizzabili per lavaggi a mano e in lavatrice, sono arricchiti da ingredienti attivi in grado di riconoscere i vari tipi di macchia ed eliminarli rispettando i tessuti. Poi, nel 2010, Wieber e Whiting hanno appunto lanciato una specifica linea per la pulizia domestica, The Laundress Home Cleaning, che vanta il più alto livello di concentrazione di ingredienti attivi (enzimi e tensioattivi vegetali), tre volte concentrata e non tossica, profumata dalla fragranza N° 247 (ispirata al loro ufficio di Manhattan), un mix di oli essenziali messi appunto con Le Labo Fragrances di Elizabeth Street, cioè a due passi da dove hanno appena aperto la loro prima boutique (in Prince Street) le due seduttive lavandaie eco-chic.



**DIDASCALIE:** 1. The Laundress Home Cleaning, collezione per la pulizia della casa: dal detergente per i piatti al pulitore per specchi e vetri, dallo sbiancante all'aceto profumato 2. La Signature Collection di The Laundress, creata per la biancheria domestica: dalla soluzione anti-macchia al balsamo per i tessuti. 3. Gwen Whiting e Lindsey Wieber, le due 'lavandaie' ecologiche di New York. 4. La prima boutique di The laundress, in Prince Street, a So-Ho, Manhattan.

### INTERNI PER BROCHIER

## P104. UNA SCELTA DI STILE

UNA RICCA SCELTA DI MOTIVI, UNA GRANDE QUALITÀ DEI FILATI E UN'ESTREMA COMPETENZA NELLA REALIZZAZIONE DEI TESSUTI FANNO DI BROCHIER UN EDITORE TESSILE DI ALTA GAMMA RICONOSCIUTO A LIVELLO INTERNAZIONALE

Dal 21 al 25 gennaio BROCHIER presenta a Paris Déco Off la nuova collezione di tessuti per arredamento Regina, presso lo showroom Galerie de l'Europe, in rue de Seine 55. Regina propone un'interessante combinazione di motivi, colori e lavorazioni tessili di altissima qualità. Dal sapore rustico, realizzato con fibre 100% naturali è Corte, un motivo geometrico presentato in colori vivaci e mélange. Grazie ad un gioco di abbinamenti cromatici, si sposa perfettamente con Morgana, che si può considerare il tessuto di eccellenza della collezione, sia per tecnica di realizzazione che per composizione. Prezioso ed elegante, Morgana è infatti caratterizzato da un disegno floreale dipinto a mano e successivamente trasformato in uno lussuoso jacquard.



BROCHIER è la divisione arredamento del gruppo Clerici Tessuto, una delle più importanti realtà tessili mondiali per il settore del lusso. Essere parte del gruppo Clerici Tessuto significa poter controllare l'intera filiera produttiva, dalla scelta delle materie prime, alla tessitura e stampa dei tessuti.

La collezione BROCHIER è presente nei più prestigiosi showroom di tutto il mondo e offre un'ampia gamma di tessuti, colori e abbinamenti: sete pregiate, stampati e jacquard di grandi dimensioni, morbidi velluti, righe e damaschi realizzati in fibre naturali, filati specifici per outdoor e filati tecnici ignifughi per il mercato contract.

**DIDASCALIE:** Nelle foto tessuti della nuova collezione Regina di BROCHIER: nel grande loft poltrona in tessuto rigato Paggio e cuscino realizzato con il tessuto Corte, un motivo geometrico in fibra naturale al 100%. Nella foto piccola un particolare del tessuto jacquard Morgana.

### HI-TECH

## P106. STILE RETRÒ

DISEGNANO GLI OGGETTI PENSANDO A QUELLO CHE C'È INTORNO: CON QUESTO SPIRITO I FRATELLI BOURULLEC HANNO PROGETTATO SAMSUNG SERIF. E IL TELEVISORE DIVENTA UN MOBILE

Si chiama Serif perché visto di profilo richiama la lettera I maiuscola di un noto carattere tipografico. È l'ultima proposta di casa Samsung, un televisore che abbandona il suo aspetto tecnologico in favore di forme, colori e materiali di altri tempi. Alla base del progetto, l'estro creativo che supera sempre i confini dell'ovvio ed è spesso controcorrente dei fratelli Ronan ed Erwan Bouroullec, per la

prima volta alle prese con un oggetto di design legato all'elettronica. È un ritorno al passato per il segmento tv: tralasciato il concetto di televisore ultrasottile, Serif presenta uno schermo piatto avvolto da una cornice bianca (tutti i modelli), blu (large e medium) o rossa (mini). In questo modo, il televisore supera la sua funzione di strumento tecnologico per diventare un vero e proprio elemento d'arredo, realizzato con materiali e colori più simili a quelli con cui si realizza un mobile che un elettrodomestico tradizionale. Le altre novità sono il pannello in tessuto sul retro per nascondere porte e cavi e le interfacce "curtain mode" (un decoro digitale, quasi una tenda) sullo schermo quando è in stand-by. Serif può essere appoggiato a terra oppure essere dotato di esili gambe metalliche, ed è disponibile nei modelli da 24, 32, 40 pollici.

**DIDASCALIE: 1.** Le tre dimensioni e le tre colorazioni di Samsung Serif. **2.4.** Da appoggio oppure dotata di gambe metalliche, la nuova tv Samsung diventa un vero e proprio elemento d'arredo. **3.** I fratelli Ronan ed Erwan Bouroullec.

## PERSPECTIVES

### P108. SANDOKAN A SANDAKAN

UN'IMPRESA DEGNA DI UN CINEASTA VISIONARIO COME HERZOG, QUELLA ORGANIZZATA DALLO STUDIO DI ARCHITETTURA DEL PAESAGGIO SALAD DRESSING: PROIETTARE IL CELEBRE FILM TRATTO DA SALGARI TRA LE CHIOME DEGLI ALBERI DI UNA FORESTA PLUVIALE NEL BORNEO

Come è noto ai più, Emilio Salgari ha scritto i suoi romanzi d'avventura ambientati in luoghi esotici (dalla Malesia alle Antille alla Papuasiasia) che non aveva mai realmente visitato. Per documentarsi, attingeva informazioni presso la Biblioteca Civica Centrale di Torino, dove consultava mappe e resoconti di viaggio. Alla luce di questo, assume ancora più valore l'impresa 'visionaria' - degna di un cineasta folle e assoluto come Werner Herzog - messa in piedi da Salad Dressing (Studio di Architettura del Paesaggio con base a Singapore), vale a dire proiettare il film per la televisione Sandokan di Sergio Sollima (1976, tratto dai celeberrimi romanzi salgariani con protagonista l'eroe eponimo) a Sandakan, nella foresta del Borneo Malese: un modo romantico per 'presentare' alla popolazione del suo Paese d'origine (il Borneo, appunto) un personaggio tanto noto e amato in Europa e, allo stesso tempo, un doveroso tributo a un grande scrittore, idealmente (e finalmente) condotto in quelle zone dei tropici da lui tante volte raccontate e mai direttamente conosciute. Il progetto Sandokan a Sandakan è stato realizzato da Salad Dressing in occasione del Borneo Rhythms of Rimba Wildlife Festival, manifestazione organizzata dalla società no profit Future Alam Borneo (FAB) con l'obiettivo di promuovere la coscienza ambientale e celebrare la natura selvaggia del Borneo. Per la proiezione della pellicola, è stato allestito un cinema temporaneo tra le chiome dei giganteschi alberi della foresta tropicale: un'operazione pensata per colmare un vuoto tra popoli e culture lontane e per ribadire, una volta di più, il potere affabulatorio della settimana arte.

**DIDASCALIE:** Nelle immagini, il cinema temporaneo allestito da Salad Dressing tra le cime degli alberi della foresta di Sandakan, in occasione del Festival Borneo Rhythms of Rimba Wildlife.



## BOOKSTORE

### P110. Sergei Tchoban – Architecture Drawings

a cura di Luca Molinari, SKIRA Editore 2015, pagg. 240, € 62,00.

Sergei Tchoban, architetto di San Pietroburgo classe 1962, ha sempre unito l'attività professionale con la passione per il disegno di architettura, collezionando opere di vari periodi storici e applicandosi fin dagli anni di studio al disegno a mano libera di edifici e paesaggi urbani, reali e di fantasia. Al disegno di architettura Tchoban ha dedicato un intero Museo (la Tchoban Foundation di Berlino) e in questo libro raccoglie una ricca selezione dei suoi lavori dell'ultimo decennio. L'opera grafica e pittorica di Sergei Tchoban se da un lato può essere interpreta-



ta ad un primo sguardo come parte di quella densa, composita e significativa pratica di sperimentazione e ricerca denominata "architettura dipinta", dall'altro da questa si discosta in quanto rappresentazione che trova poi verifica metaforica e diretta nella pratica del costruire, dove Tchoban è impegnato come autore di grandi architetture, grattacieli, brani di città. Lo spessore narrativo, la 'memoria storica' e autobiografica, i ricordi della sua città, San Pietroburgo, già Leningrado, si fondono

per Tchoban nel presente continuo di un'invenzione grafica e pittorica che non può e non vuole dimenticare il progetto reale, il terreno di lavoro, il progetto di architettura costruito. Nelle ricche serie di disegni e acquerelli, di cui una significativa selezione è proposta in questo volume, emergono vari aspetti legati al suo modo di progettare trasformando una 'fantasia compositiva' in strumento di riflessione operativa. Introducono alla serie dei disegni organizzati in tre capitoli (Schizzi, Diari e Osservazioni; Acqua e Città; Visioni, Follie e Fantasie) due contributi di Santiago Calatrava e Massimiliano Fuksas e un'intervista a cura di Luca Molinari.

**DIDASCALIE:** Sergei Tchoban, "The urban layers 1", 2014. Acquerello, gouache su carta. cm 60 x 40,2.

### Galina Balashova Architect of the Soviet Space Programme

di Philipp Meuser, DOM Publishers 2015, pagg 160, € 28,00.

Galina Balashova nasce nel 1931 a Kolomna, una città situata a 100 km sud est di Mosca. Studia presso l'Istituto di Architettura di Mosca e dopo alcuni anni si dedica totalmente, per ventinove anni, al Programma Spaziale Sovietico, diventando l'architetto dei cosmonauti. A lei si devono il disegno degli interni delle capsule spaziali Soyuz, della stazione spaziale Mir e Salyut e del più recente Buran space shuttle della fine degli anni '70. Si tratta di un programma di lavoro top secret i cui elaborati grafici, disegni e studi non sono stati mai divulgati e che questa monografia raccoglie e mostra per la prima volta. Sconosciuta alla critica come il suo lavoro, svolto con passione e dedizione per quasi trent'anni, Galina Balashova ha disegnato nei minimi dettagli arredi e postazioni definendo l'accurata palette materico cromatica di spazi minimi e ultraspecialistici in cui non mancavano attenzioni al comfort e alla decorazione. Lo sforzo era quello testo a migliorare la vita dei cosmonauti in capsule architettoniche fluttuanti nello spazio. Il suo lavoro ad altro grado di sperimentazione in termini di tecnologia e design è illustrato e raccontato in prima persona dalla stessa Balashova, nel capitolo "La mia vita sotto le stelle". Questa ricca monografia costituisce così anche il valore di documento storico nella riproduzione a colori degli acquerelli delle prospettive interne degli ambienti da lei pensati e poi realizzati per le missioni spaziali sovietiche. Si tratta di ricerche di grande attualità anche rispetto alle soluzioni oggi prospettate nel campo delle capsule abitabili e delle abitazioni per l'emergenza che uniscono in stretta sinergia la dimensione dell'architettura a quella del design.

**DIDASCALIE:** Galina Balashova, disegno finale per l'interno del modulo orbitale Soyuz, 1964.

### Curiosity Essence – Gwenaël Nicolas

a cura di Gwenaël Nicolas, LOFT Publications 2015, pagg. 272, € 47,90.

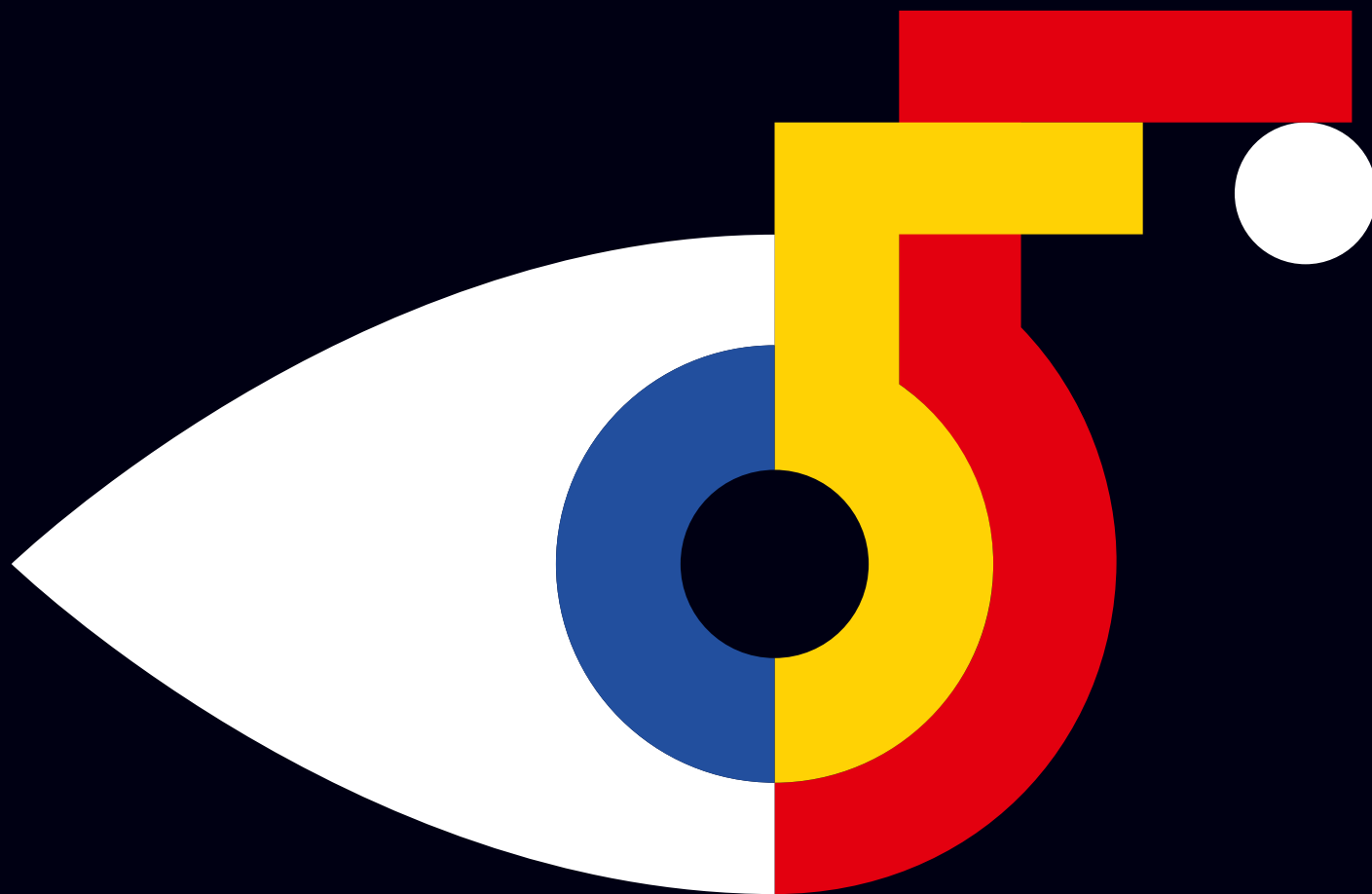
Per raccontare i primi 20 anni di attività dello studio CURIOSITY fondato in Giappone da Gwenaël Nicolas, designer francese classe 1966, il volume raccoglie sotto il titolo "The Art of Encounter" (scopo e significato del design negli intenti di Gwenaël) una selezione di lavori che sottolineano il carattere di una ricerca tesa a ridefinire in modo continuo i confini tra architettura, interni e product design in modo sinergico e attrattivo. L'arte dell'allestimento si miscela così con raffinati e continui rimandi a quella della definizione di esclusivi flagship store per i maggiori brand della moda (da Issey Miyake a Louis Vuitton, da Fendi a Berluti, a Moynat). Il progetto degli interni e il design degli arredi, per specifiche occasioni e luoghi, diventa una sorta di processo coreografico di controllo delle diverse parti in cui la dimensione teatrale, assunta come definizione di una scena fissa destinata all'incontro, è anche spazio di retail o un ristorante, una lobby per uffici o una spa per la cura del corpo. L'invenzione scenica si accompagna alla cura assoluta dei dettagli e ad una sorprendente definizione della palette materico-cromatica e del governo delle luci, tese da un lato ad accogliere e valorizzare i prodotti esposti (nel caso di spazi retail), ma proiettate con attenzione e calibrata regia alla definizione di spazi caratterizzati sempre di una qualità estetica di tipo emozionale.

**DIDASCALIE:** CURIOSITY, Sensai Select SPA, Interlaken Svizzera, 2009.



O ci sei. O ci devi essere.

Lorenzo Marini Group



# Salone del Mobile Milano

12/17 Aprile 2016  
Fiera Milano, Rho.

EuroCucina, Salone Internazionale dei Mobili per Cucina/FTK, *Technology For The Kitchen*, Salone Internazionale del Bagno, Salone Internazionale del Complemento d'Arredo, SaloneSatellite.



fieramilano

### ABET LAMINATI spa

V.le Industria 21, 12042 BRA CN  
Tel. 0172419111, www.abet-laminati.it  
abet@abet-laminati.it

### ADVENTO ART DESIGN

Av. Amsterdam 321, Col. Hipodromo  
MEX México 06100, Tel. +52 55 5264 5174  
www.adventodesign.mx  
info@adventodesign.mx  
contacto@adventodesign.mx

### ALESSI spa

Via Privata Alessi 6, 28887 CRUSINALLO  
DI OMEGNA VB, Tel. 0323868611  
www.alessi.com, info@alessi.com

### ANTONIO LUPI DESIGN spa

Via Mazzini 73/75 - Loc. Stabbia  
50050 CERRETO GUIDI FI, Tel. 0571586881  
www.antoniolupi.it, lupi@antoniolupi.it

### ANTRAX IT srl

Via Boscalto 40, 31023 RESANA TV  
Tel. 04237174, www.antrax.it, antrax@antrax.it

### ARTEMIDE spa

Via Bergamo 18, 20010 PREGNANA  
MILANESE MI, Tel. 02935181  
www.artemide.com, info@artemide.com

### ARTEX AR.T.EX sas

Via Firenze 218, 51039 QUARRATA PT  
Tel. 0573739096, www.artexitalia.eu  
info@artexitalia.it

### AXO LIGHT srl

Via Moglianesa 44, 30037 SCORZÈ VE  
Tel. 0415845193, www.axolight.it  
axolight@axolight.it

### BANG & OLUFSEN A/S

Peter Bangsvej 15, DK 7600 STRUER  
Tel. +45 96 841122, www.bang-olufsen.com  
fci@bang-olufsen.dk

### BATTISTELLA spa

Via G. Galilei 35, 31053 PIEVE DI SOLIGO TV  
Tel. 04388393, www.battistella.it  
info@battistella.it

### BAXTER CINEMA

Largo Augusto 1, 20122 MILANO  
Tel. 0297070185, www.baxter.it  
baxtershop.milano@baxter.it

### BLUESIDE EMOTIONAL DESIGN by STEROGLOSS srl

Via Romano di Sopra 2/C  
06079 SAN MARTINO IN CAMPO PG  
Tel. 0756090958, www.blueside-design.com  
info@blueside-design.com

### CALEIDO by CO.GE.FIN. srl

Via Maddalena 83, 25075 NAVE BS  
T. 0302530054, www.caleido.it, caleido@caleido.it

### CANTORI spa

Via della Sbrozzola 16, 60021 CAMERANO AN  
Tel. 071730051, www.cantori.it, info@cantori.it

### CASE FURNITURE

23 East Hill, UK LONDON SW18 2HZ  
Tel. +44 20 8870 4488, www.casefurniture.com  
info@casefurniture.com

### CASTELLO DI AMA

Località Ama, 53013 GAIOLE IN CHIANTI SI  
Tel. 0577746031, www.castellodiama.com

### CERAMICA MADE IN UMBRIA

Via M. Angeloni 61, 06124 PERUGIA  
Tel. 0755041, www.ceramicamadeinumbria.it  
info@ceramicamadeinumbria.it

### CLETO MUNARI DESIGN ASSOCIATI srl

Via Generale Chinotto 3, 36100 VICENZA  
Tel. 0444323318, www.cletomunari.com  
www.cletomunaripens.com  
info@cletomunari.com

### COLTELLERIE BERTI

Via della Resistenza 12, 50038 SCARPERIA FI  
Tel. 055846585, www.coltellerieberti.it  
info@coltellerieberti.it

### CORDIVARI srl

Z.I. Pagliare, 64020 MORRO D'ORO TE  
Tel. 08580401, www.cordivaridesign.it  
info@cordivari.it

### CRISTALLERIE GALBIATI

Via Staffora 35/N, 20090 OPERA MI  
Tel. 0257606720, www.galbiaticri.it  
info@galbiaticri.it

### DANESE - ARTEMIDE spa

Via Canova 34, 20145 MILANO  
Tel. 02349611, www.danese milano.com  
info@danese milano.com

### ELICA spa

Via E. Casoli 2, 60044 FABRIANO AN  
Tel. 07326101, www.elica.com, info@elica.com

### EMPORIUM srl

C.da Marolino - S. Statale Regina km 6,500  
62018 POTENZA PICENA MC  
Tel. 0733671747, www.emporium.it  
emporium@emporium.it

### ESTERNI

Via Paladini 8, 20133 MILANO, T. 02713613  
www.esterni.org, info@esterni.org

### EVY STYLE LUCI ITALIANE srl

Via delle Industrie 70, 30020 MARCON VE  
Tel. 0415951544, www.luciitaliane.com/  
evi-style, info@luciitaliane.com

### FABBIAN ILLUMINAZIONE spa

Via Santa Brigida 50, 31020 RESANA TV  
Tel. 04234848, www.fabbian.com  
info@fabbian.com

### FENDI CASA - CLUB HOUSE ITALIA

### LUXURY LIVING GROUP

Via Balzella 56, 47121 FORLÌ  
Tel. 0543791911, www.luxurylivinggroup.com  
info@luxurylivinggroup.com

### FIERA MILANO spa

S. Statale del Sempione 28, 20017 RHO MI  
Tel. 0249971, www.fieramilano.it  
fieramilano@fieramilano.it

### FONDAZIONE ENI ENRICO MATTEI

Corso Magenta 63, 20123 MILANO  
T. 0252036934, www.feem.it, letter@feem.it

### FREDERICIA FURNITURE spa

Treldevej 183, DK 7000 FREDERICIA  
Tel. +45 7592 3344, www.fredericia.com  
sales@fredericia.com, Distr. in Italia:

MC SELVINI srl, Via C. Poerio 3  
20129 MILANO, Tel. 0276006118

www.mcselvini.it, info@mcselvini.it

### GABRIEL A/S

Hjulmagervej 55, DK 9000 Aalborg  
Tel. +45 96 30 31 00, www.gabriel.dk  
mail@gabriel.dk

### ICHENDORF

www.ichendorf milano.com  
Distr. in Italia: CORRADO CORRADI spa  
Via G. Medici del Vascello 8, 20138 MILANO  
Tel. 025099421, www.corrado-corradi.it  
ccspa@corrado-corradi.it

### IDÉE - KUROSAKI TRADING CO. LTD

5-4-44 Minami-aoyama Minato Ku  
J TOKYO 107, Tel. +81 3 34097080  
www.ideo.co.jp, ideeshop@ideo.co.jp

### IITTALA GROUP OY

Håmeentie 135 - P. O. Box 130  
FI 00561 HELSINKI, Tel. +358 204 3910,  
www.iittala.fi, www.iittala.com

Distr. in Italia: FISKARS ITALY srl

Via Provinciale 15, 23862 CIVATE LC  
Tel. 0341215111, www.fiskars.com

### ITALCEMENTI GROUP

Via G. Camozzi 124, 24121 BERGAMO  
Tel. 035396111, www.italcementi.it  
info@italcementi.it, www.italcementigroup.com

### IVV - INDUSTRIA VETRARIA VALDARNESE

Lungarno Guido Reni 60  
52027 SAN GIOVANNI VALDARNO AR  
T. 055944444, www.ivvnet.it, info@ivvnet.it

### JOURNEY EAST

315 Outram Road, #03-02, Tan Boon Liat Build.  
SING SINGAPORE 169074  
Tel. +65 6473 1693, www.journeyeast.com

### KARTELL Spa

Via delle Industrie 1, 20082 NOVIGLIO MI  
Tel. 02900121, www.kartell.it  
kartell@kartell.it

02900121, www.kartell.it

### KINNASAND AB

Danziger Strasse 6, D 26655 WESTERSTEDDE  
Tel. +4944885160, www.kinnasand.com  
kinnasand@kinnasand.com, Distr. in

Italia: RAPSEL srl, Via A. Volta 13, 20019  
SETTIMO MILANESE MI, Tel. 023355981  
www.rapsel.it, rapsel@rapsel.it

### KNINDUSTRIE srl

Via Antonini 87, 25068 SAREZZO BS  
Tel. 0308935235, www.knindustrie.com  
info@knindustrie.it

### L'ABITARE

Via Medici del Vascello 8, 20138 MILANO  
Tel. 025099421, www.labitaremilano.com  
info@labitaremilano.com

### LIGNE ROSET - ROSET ITALIA srl

C.so Magenta 56, 20123 MILANO  
Tel. 0248514007, www.ligne-roset.it  
info@ligne-roset.it

### LPWK DESIGN STUDIO

Via Caffaro 6, 24124 BERGAMO  
Tel. 035240812, www.laurapolinoro.com  
laura@laurapolinoro.com

### MARINA BAUTIER

314 Chaussée de Forest, B 1190 BRUSSELS  
Tel. +3225200319, www.marinabautier.com  
info@marinabautier.com

### MDF ITALIA spa

Via Morimondo 5/7, 20143 MILANO  
Tel. 0281804100, www.mdfitalia.it  
infomdf@mdfitalia.it

### MENU

Kongevejen 2, DK 3480 FREDENSBORG  
Tel. +45 4840 6100, www.menu.as  
info@menu.as, Distr. in Italia: KLEPPECK

DESIGN, Via dei Mirissa 7, 34149 TRIESTE  
Tel. 0400640217, www.kleppeckdesign.it  
info@kleppeckdesign.it

### MIHO - PIANEZZA PAOLO srl

Località Oro 6, 21030 AZZIO VA  
Tel. 0332630527, www.pianezza.it  
paola@pianezza.it

### MINOTTI SHANGHAI by DOMUS TIANDI

NO.151 JIANGUO XI Road, Huangpu  
District, CN SHANGHAI, Tel. +86 21 64668736  
www.minotti.com, info@domustianti.com

### MISSONI HOME - T&J VESTOR spa

Via Roma 71/b, 21010 GOLASECCA VA  
Tel. 0331950311, www.missonihome.it  
info@tjvestor.it

### PEDRALI SPA

Strada Provinciale 122, 24050 MORNICO  
AL SERIO BG, Tel. 03583588  
www.pedrali.it, info@pedrali.it

### PESCE GAETANO

543 Broadway, USA NEW YORK, NY 10012  
Tel. +1 212 9410280, www.gaetanopesce.com  
pesceltd@aol.com

### PIEMONTE HANDMADE BOLD SRL

Via Don Giovanni Minzoni 8  
10121 TORINO, Tel. 0115611337  
www.operae.biz/piemonte-handmade/  
contact@operae.biz

### POLTRONA FRAU spa

Via Sandro Pertini 22, 62029 TOLENTINO MC  
Tel. 07339091, www.poltronafrau.it  
info@poltronafrau.it

### PURE ITALIA

Via Carlo Porta 3, 24042 CAPRIATE SAN  
GERVASIO BG, Tel. 0290962228  
www.pure.com/it, info.italia@pure.com

### RIDEA

RADIATORI 2000 spa, Via Francesca 54/4  
24040 CISERANO BG, Tel. 0354810182  
www.ridea.it, info@ridea.it

### ROSSANA

17 Duke St., UK W1U 1DL LONDON  
Tel. +44 20 7167 4717, www.rossana.it/  
news-en/showroom-rossana-uk

### RÖTHLISBERGER KOLLEKTION

Sägeweg 11, CH 3073 GÜMLIGEN  
Tel. +41 31 950 21 40, www.roethlisberger.ch  
kollektion@roethlisberger.ch

### SAMSUNG ELECTRONICS ITALIA spa

viale della Liberazione 9, 20124 MILANO  
nr verde 800 7267864, www.samsung.it  
www.samsungmobile.it

### SIEMATIC KITCHEN STUDIO

Viale Monte Santo 8, 20124 MILANO  
Tel. 0229013279, www.siematic-montesanto.it  
info@siematic-montesanto.it

### SNAIDERO USA

20300 South Vermont Avenue, Suite 125  
USA 90502 TORRANCE (LOS ANGELES) CA  
Tel. +13105168499, www.snaidero-usa.com  
sales@snaidero-usa.com

### SONY ITALIA spa

Via Galileo Galilei 40, 20092 CINISELLO  
BALSAMO MI, Tel. 02618381, www.sony.it  
www.sonystyle.it, www.sonymobile.com

### STATTMANN NEUE MOEBEL

Plasstraße 9, D 59387 Ascheberg  
Tel. +492593 9299197  
www.stattmann-neuemobel.com  
info@stattmann-neuemobel.com

### STELLAR WORKS

1368 Lixue Rd, CN Malu Jiading Shanghai  
201801, Tel. +86 21 5951 3236  
www.stellarworks.com, info@stellarworks.com

### STELTON

Gammel Vartov Vej 1, DK 2900 HELLERUP  
Tel. +45 39 623055, www.stelton.com  
stelton@stelton.dk, Distr. in Italia: ART

EMMEBI snc, Stazione di Prosecco 36/B  
34010 SGONICO TS, Tel. 040251395  
www.artemmebi.it, info@artemmebi.it

### STUDIO ITALIA DESIGN srl

Via Pialoi 32, 30020 MARCON VE  
Tel. 0414569266, www.studioitaliadesign.com  
info@studioitaliadesign.com

### SWEDESE MÖBLER AB

Box 156, SE 56723 VAGGERYD  
Tel. +46 393 79700, www.swedese.se  
info@swedese.se, Distr. in Italia: PHORMA

srl, C.so Roma 64, 28028 PETTENASCO NO  
Tel. 032389611, www.phorma.com  
info@phorma.com

### TREND GROUP spa

Piazzale T. Fraccon 8, 36100 VICENZA  
Tel. 0444338711, www.trend-group.com  
info.it@trend-group.com

### TRIENNALE

V.le Alemagna 6, 20121 MILANO  
Tel. 02724341/2 - 0272434208  
www.triennale.org, info@triennale.it

### UNTITLED HOMEWARE

C.so di Porta Vigentina 12, 20122 MILANO  
Tel. 02866247, www.untitledhomeware.com

### VASCO GROUP srl

Via Murialdo 15, 31046 ODERZO TV  
T. 042274905, www.vasco.eu, info.italy@vasco.eu

### VETRERIE DAL PIAN

Via dell'Artigianato 23, 31034 CAVASO  
DEL TOMBA TV, Tel. 0423543411  
www.vetriedalpiant.it, info@vetriedalpiant.it

### WETTSTEIN HANNES

Seefeld Strasse 303, CH 8008 ZURIGO  
T. +41 44 4212222, www.studiohanneswettstein.com  
info@studiohanneswettstein.com

### WINCKELMANS

B.P. 10 147 - 584, AVENUE De DUNKERQUE,  
F 59461 LOMME CEDEX  
Tel. +333 20 92 16 54, www.winckelmans.com

### WÜRTH

Via Cassanese 77, 20090 SEGRATE MI  
www.eshop.wuerth.it, wos@wuerth.it

### ZEHNDER GROUP ITALIA srl

Via XXV Luglio 6, 41011 CAMPOGALLIANO MO  
Tel. 0599786200, www.zehnder.it  
info@zehnder.it





# mercanteinfiera

22<sup>a</sup> mostra internazionale di modernariato, antichità e collezionismo

*Primavera 2016*

**27 febbraio**

**6 marzo**

## FIERE DI PARMA

### *Collaterali*

#### *Sole o accompagnate?*

L'opera fotografica come opera singola e come serie.

*in collaborazione con*

Fabio Castelli direttore e ideatore di MIA Fair

#### *Parma 360 on view*

*in collaborazione con*

Federica Bianconi, Chiara Canali,  
Simona Manfredi e Camilla Mineo

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



facebook



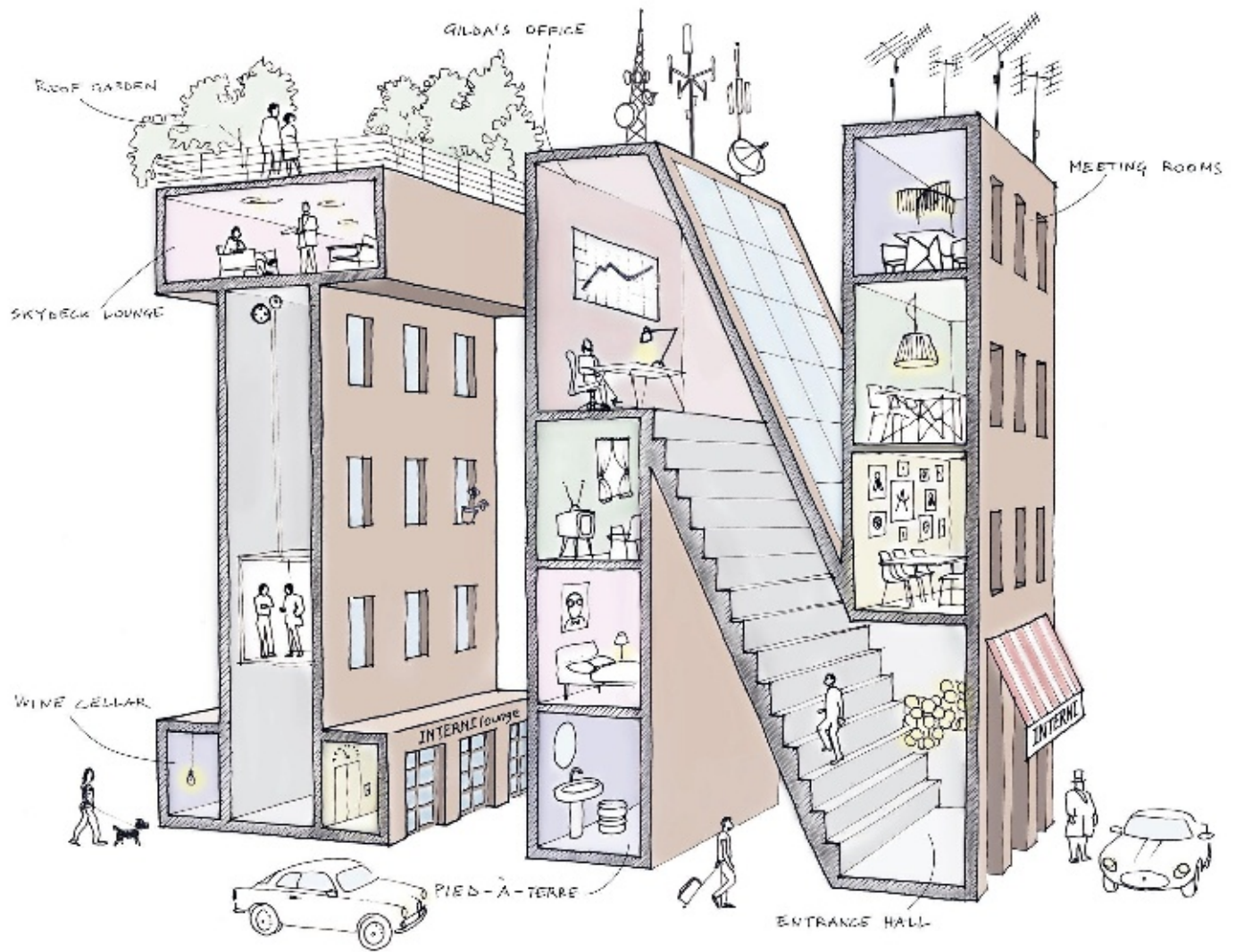
twitter



pinterest



instagram



FABIO CALVI PAOLO BRAMBILLA FOR INTERNI



Drawing by  
Fabio Calvi Paolo Brambilla Architetti

for  
**INTERNI**

DRAWINGS COLLECTION



T

*In the image: the house at Olot, Spain, with interiors renovated and reinvented by RCR Arquitectes. Photo Eugeni Pons.*

## INtopics EDITORIAL

---

INTERNI January-February 2016

---

he 'sharing' philosophy is transforming our society. Labor, finance, consumption, tourism, culture: it has an impact on all spheres. And if this is happening it is precisely because upstream from all activities, at the design level, the principle of sharing is emerging with force. This is the macro-theme of our international issue in English, containing a series of critical reflections on the transformations generated by new participative models in the world of contemporary design. From digital media to open design, co-working to models of consumption 2.0, what emerges is a situation going through profound changes, reformulating design activity at the level of approach and that of language. Shifting to the scale of architecture, Francis Kéré talks about his own personal vision of sharing, seen as the possibility to merge the principles of the profession with social values. The coverage continues with projects that venture into typological and materic experimentation on the theme of reuse of the architectural artifact. From London to Milan, Spain to Switzerland, design rediscovers – along personal lines of work – the cultural and figurative roots that permit dynamic experiences of habitat spaces, opening to the sharing of contexts, cities and specific landscapes. The issue concludes with a focus on the latest decor trends: that of fabrics, wallpapers and facing materials, playing an new leading role in a home that seems to have rediscovered the pleasure of a warm, enveloping total look. And, by contrast, that of furniture, lamps and accessories with a rugged materic look that seem to arrive straight from a construction site, embodying a new, refined industrial aesthetic. *Gilda Bojardi*



# PhotographING

## EXPLORATIONS

### **THE SEARCH FOR ROOTS OF ELISABETTA LATTANZIO ILLY**

"WHILE IN OUR 'CIVILIZED' WORLD CHILDREN THINK THAT CHOCOLATE COMES FROM A LILAC-COLOR COW, ON THE OTHER SIDE OF THE PLANET THE PEOPLE WHO GROW AND HARVEST CACAO HAVE NEVER TASTED A PIECE OF CHOCOLATE": ELISABETTA LATTANZIO ILLY, PHOTOGRAPHER AND JOURNALIST, USES THIS PARADOX TO EXPRESS THE INTUITION THAT HAS LED HER TO CREATE MANUS LOCI, A NON-PROFIT ORGANIZATION WITH THE AIM OF SPREADING KNOWLEDGE IN THE WEST OF THE PEOPLES BEHIND THE RAW MATERIALS WE USE EVERYDAY, FOR FOOD OR OTHER PRODUCTS. COFFEE, TEA, CACAO, RICE, BUT ALSO RUBBER, ARE THE SOLE WEALTH OF MANY PEOPLES ABOUT WHOM WE KNOW VERY LITTLE. THIS VEIL OF IGNORANCE HELPS EXPLOITATION AND INJUSTICE TO CONTINUE. ELISABETTA LATTANZIO ILLY WANTS TO CREATE A GLIMMER OF LIGHT, WITH HER WORK AS A REPORTER, THROUGH EXHIBITIONS AND INITIATIVES, A CHANNEL OF KNOWLEDGE TO ENRICH BOTH US AND THEM. ON THESE PAGES, IMAGES OF HER JOURNEY TO INDONESIA, WITH THE TORAJA PEOPLE WHO GROW RICE, CONVEYING A SENSE OF AN AGE-OLD CULTURE WITH EXTRAORDINARY SPONTANEOUS WORKS OF ARCHITECTURE.

ANTONELLA GALLI

**MANUSLOCI.ORG**





INDONESIA, ISLAND OF SULAWESI, TORAJA ZONE  
THE POPULATION GROWS RICE, STILL WITH THE MOST  
ARCHAIC MANUAL SYSTEMS.











**Photographing**  
EXPLORATIONS

**A BUFFALO HEAD**, SYMBOL OF PRESTIGE AND POWER, ADORNS THE FINELY DECORATED HOME OF A TORAJA FAMILY. THE BUFFALO IS CRUCIAL TO THE TORAJA CIVILIZATION, THOUGH IT IS NOT USED FOR WORK.



**Photographing**  
EXPLORATIONS





**THE TORAJA VILLAGES ARE LIKE A FLEET OF SHIPS:**  
THE POPULATION LIVED ON THE SEA AND SPENT ITS  
TIME IN NAVIGATION. AFTER SEEKING REFUGE IN THE  
MOUNTAINS, THEY NEVER ABANDONED THE MEMORY  
OF THE PAST, MAINTAINING ITS IMAGE IN THE  
BOAT-LIKE FORM OF THEIR DWELLINGS.





# PhotographING

EXPLORATIONS





**ALSO IN TORAJA CEMETERIES, THE URNS HAVE THE SHAPE OF THE BOAT-HOUSES: THE FINAL JOURNEY IS ACCOMPANIED BY THE SACRIFICE OF MANY BUFFALOS, IN GREATER NUMBER FOR IMPORTANT FAMILIES. THE TORAJA ARE CHRISTIANS WITH STRONG ANIMIST INFLUENCES.**





## HOLY WARS

After the latest terrorist attack in Paris, many people have made reference to *Le radici dell'odio*.

*La mia verità sull'Islam*

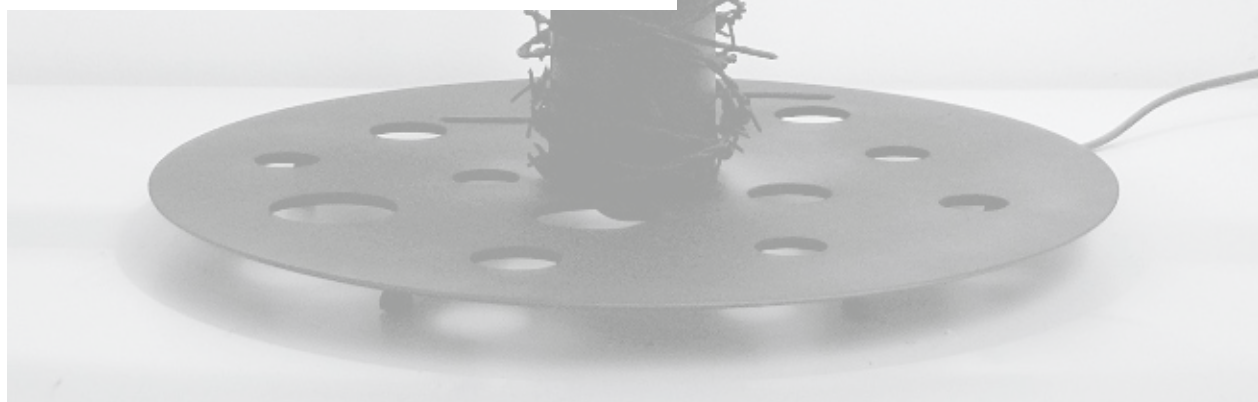
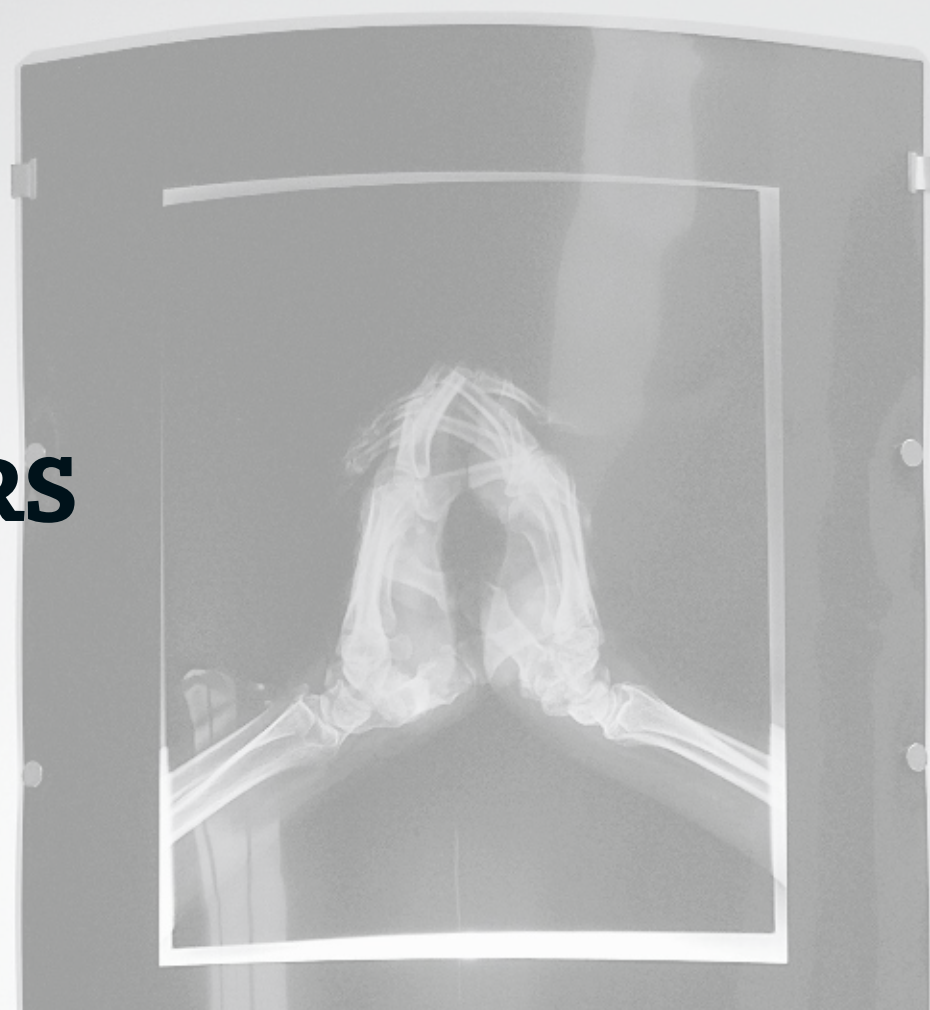
(Rizzoli, September 2015),

a posthumous anthology of writings by Oriana Fallaci that makes one shudder.

Nevertheless, even the radical thinking of the famous journalist does not seem to be exhaustive...

by Andrea Branzi

The phenomenon of terrorist violence, recurring, unpredictable, should not be interpreted according to the canons of the old sociology, which explains and justifies everything by isolating individual events and connecting them to specific social causes. Religious and ideological motivations have nothing to do with the explosion of these deep undercurrents of violence: Sunni and Shia, Kurdish and Chechen terrorism, Islamic suicide bombers, are not so different from our old terrorists – right or left wing – or even from the hooligans, skinheads, black bloc rioters, the ‘riflemen’ of Columbine (Colorado) or Utoya (Norway): they all know very well that their acts will not achieve general results, but will simply be the opportunity to present themselves not as butchers but, instead, as ‘victims,’ as ‘martyrs’ of the violence of the system. This generational desire for death, heroism, martyrdom (of themselves and others) is not the result of a theology, but instead of its total absence: the hatred they manifest is the result of a betrayed love, a failed integration, that drives them to ‘seek’ death – theirs and that of others – to emerge from the anonymity of the mass, from the general indifference, offering in exchange only the terror they are able to spread. Faced with this scenario of blood and death, one is struck by the substantial indifference of the intellectuals, the artists, the designers, who simply perform the usual rituals of mourning, certain that they are always on the side of reason and justice. So the West, instead of proceeding by improving its intelligence work, is tempted to react by sending the ‘gunners’ in a war that will never find its enemies. Didn’t anyone learn anything from Vietnam and Afghanistan? ■

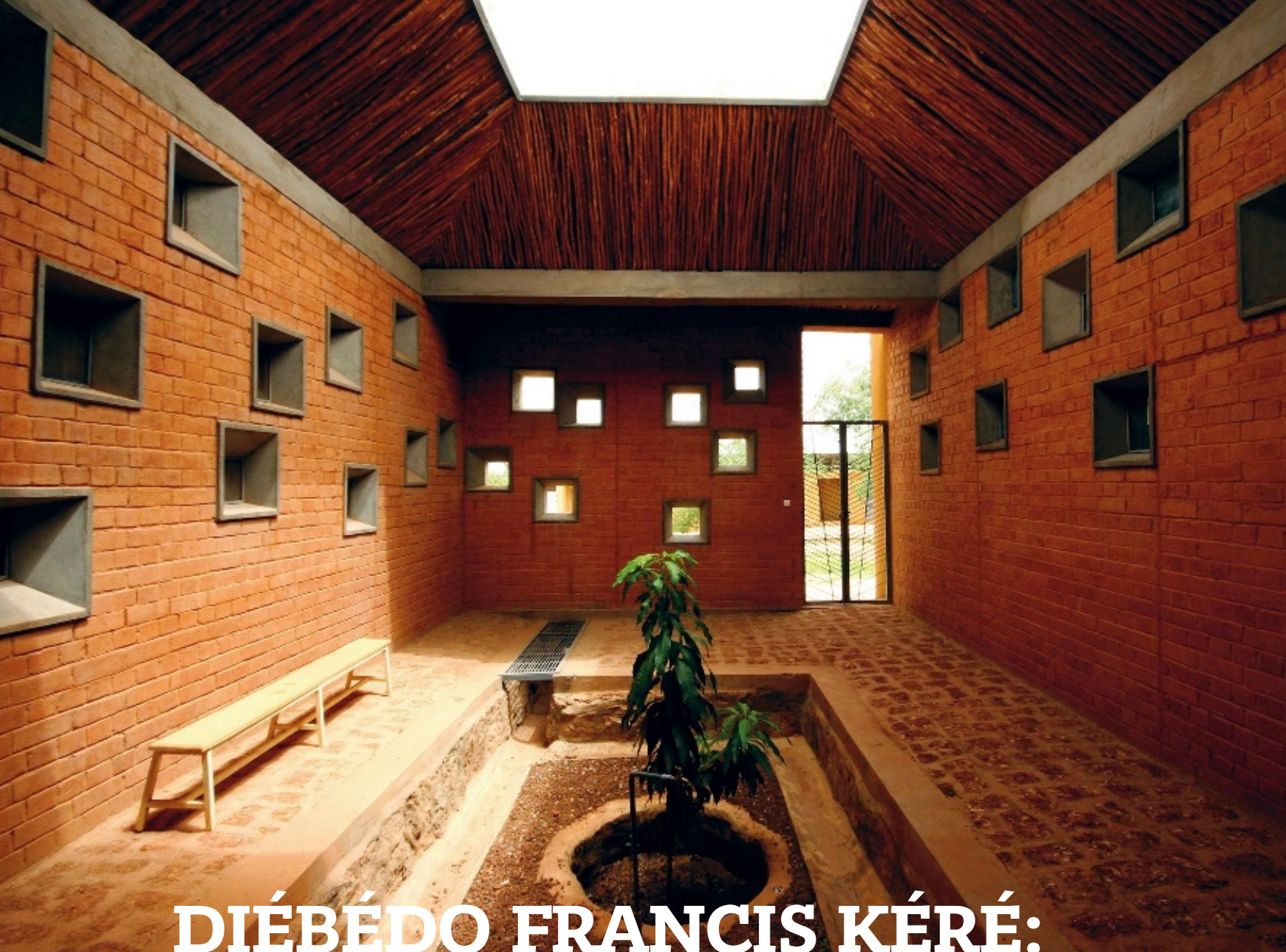






*Andrea Branzi,  
Nature Morte,  
2014.*





# DIÉBÉDO FRANCIS KÉRÉ: MY AFRICA

The **studio is in Berlin**, the banner of globalized Germany. The heart, on the other hand, is in the **very poor communities** of Burkina Faso, where he was born. **The African architect tells us** his (success) story, set in such distant, different worlds

*photos by Erik-Jan Ouwerkerk, Kéré Architecture  
text by Laura Ragazzola*



**W**e met with Diébédo Francis Kéré at the Vitra Campus of Weil am Rhein, Germany: here he has done the prototype of an innovative retail store, but he wanted to talk about Africa. He was born there (at Gando, a village of 2500 people in the savanna of Burkina Faso) and he returns there, whenever he can, to share what he has learned in Europe, where he is a successful designer, with his people.

**■ WHY HAVE YOU DECIDED TO CONCENTRATE YOUR EFFORTS ABOVE ALL ON THE AFRICAN CONTINENT AND IN SOCIAL PROJECTS?**

Africa needs us much more than Europe does. And then it is my country, the place I was born. In my village there was nothing, no schools, no health care, no community center. Thanks to a scholarship I was able to study in Europe, in Berlin, and to become an architect. But from the start I thought I would devote much of my professional activity to building those missing infrastructures in the places of my childhood. While still a student, I founded a non-profit association,



# Focusing TALKING ABOUT



*On these pages, images of the Centre de Santé et de Promotion Sociale in the village of Laongo, not far from the capital of Burkina Faso. The building is made with perforated brick covered with clay, for excellent thermal performance. Lower left, the Berlin-based studio of the architect Diébédo Francis Kéré.*

“Schulbausteine feur Gando” (Bricks for Gando, ed.), to raise funds for my village. The objective, then and now, is to improve the quality of life of my people. To build useful things, but also things of beauty and quality: which after all is the sole, simple reason for the existence of my profession.

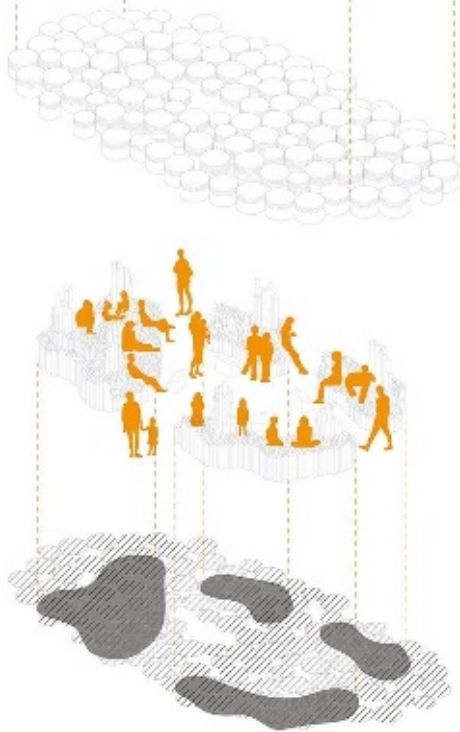
■ DO YOU THINK THAT ARCHITECTURE HAS TO REDISCOVER ITS ‘HUMANITY’ ?

Today it is hard to define architecture as being on a ‘human scale’ because often it is just an end in itself, too exclusive, also due to costs. Being at the service of people does not mean producing luxury buildings for living, it means responding



## Focusing TALKING ABOUT

Exploded diagram of the installation 'Canopy' made by the African architect for the Louisiana Museum of Modern Art in Humlebaek, Denmark. Like the canopy of a large tree, the project suggests natural shelter from weather and sunlight, offering visitors informal seats that visually duplicate, on the ground, the wooden pattern of the ceiling (right and small photo below).



to the needs of the people who live in them. In any case, let's look at the facts. In the world there are people who have higher standards of living and others who live with much less: the most important thing is to find the right balance, without ever forgetting that you can make a useful work of architecture anywhere, capable of approaching and solving future problems of construction...

### ■ PROBLEMS LIKE THOSE CONNECTED WITH THE ENVIRONMENT?

Certainly. When we think about the future, actually we are thinking about how to have a life of quality. This is our objective. And to achieve it, in my view – but it should be the view of everyone – the central point is to respect the environment, to take care of it, which for us designers means concentrating on where you are building, and how you do it. In other words, we should not only talk about sustainability in an abstract way, but modify our way of living, designing, constructing buildings in a concrete way, because the resources of the planet are shrinking and we have to make thriftier use of them. Everywhere: in the more fortunate countries from an economic standpoint, and in the poorer countries, because we all share







Rendering and model of the project for the Benga Riverside Residential Community in Mozambique. The objective is to make an 'eco-quarter' that focuses on the beautiful landscape of the site, using local materials to build sustainable, low-maintenance homes.



Two renderings of the Meroe Royal Baths Protective Shelter in Meroe, Sudan, an ancient city dating back to the first century AD and now listed as world heritage by UNESCO. The project provides a protective structure against wind and weather for the Royal Baths, and will be made with a thick wall of mud bricks to control internal humidity and natural ventilation.



the same destiny. A holistic approach is required on the part of architecture, involving every aspect: starting with man to arrive at the environment, the study of the place, its climate conditions, its natural and cultural resources...

■ WHICH MEANS, IN CONCRETE TERMS?

When I go to visit a site for a new project the first thing I do is to observe the context: the goal is to discover what nature can offer – regarding materials, for example – and then to study the climate, to analyze the potential of local communities – the level of crafts and labor, just to mention two important aspects. It is all a question of resources. I could never go to Africa, take the clay and bring it to Berlin to build a house, and then say that it is a sustainable project. Of course clay is a natural, ecological material, but it is perfect in Africa: here, in Berlin, you need to find something else. For me, this is a responsible way of making architecture...

■ YOU DESIGN IN EUROPE AND AFRICA. WHAT IS THE DIFFERENCE?

In Africa, where everything is needed and there is little economic support, you learn not to waste anything, and to make do with what you have. It is not impossible to apply the same

approach in Europe, but of course it has to be adapted to the context. For example, in the project I did on the Vitra Campus in Germany, I used raw lamellar wood, a 'humble' natural material that was easy to find in the vicinity, making it sustainable. You cannot think that just because the client is Vitra, you should necessarily use costly materials! You can still achieve amazing results thanks to sophisticated technologies, excellent workmanship and constructive solutions of high quality. Another important lesson comes from Africa: to learn to share work. In the projects I have done in my village, I have involved all the inhabitants: a collaborative process has emerged that makes the community proud, emotionally involved, so as to ensure the success of the project itself.

In conclusion: when you work in Africa you have the sensation of being useful to the community, and it is a wonderful satisfaction that fills you with energy. When you return to the West, you know you have great economic and technological resources, and this too gives you lots of energy. They are two different worlds, unfortunately still very distant, but they share one very important strategic objective: to improve the lives of people. ■



**FocusING**  
TALKING ABOUT

# SHARED FUTURE

In a **present that dilates** but does not advance, acts of 'sharing' (also in design) feed the **diffused growth** of tomorrow

*by Stefano Caggiano*





**I**n our time, the web paradigm defines the form of culture. 'Web' meaning not just telematic infrastructure, but above all the flow of 'ramified' meaning that runs through the activity of cultural agents. In this new paradigm, the time of unfolding of design action no longer has the form of a linear sequence, and instead resembles a proliferation of widespread 'events,' not cumulative, in eternal relation to each other. The result is a 'continuous present' that since it is no longer limited by a past seen as 'before' and a future seen as 'after' expands in a network, putting everything and the opposite of everything into connection.

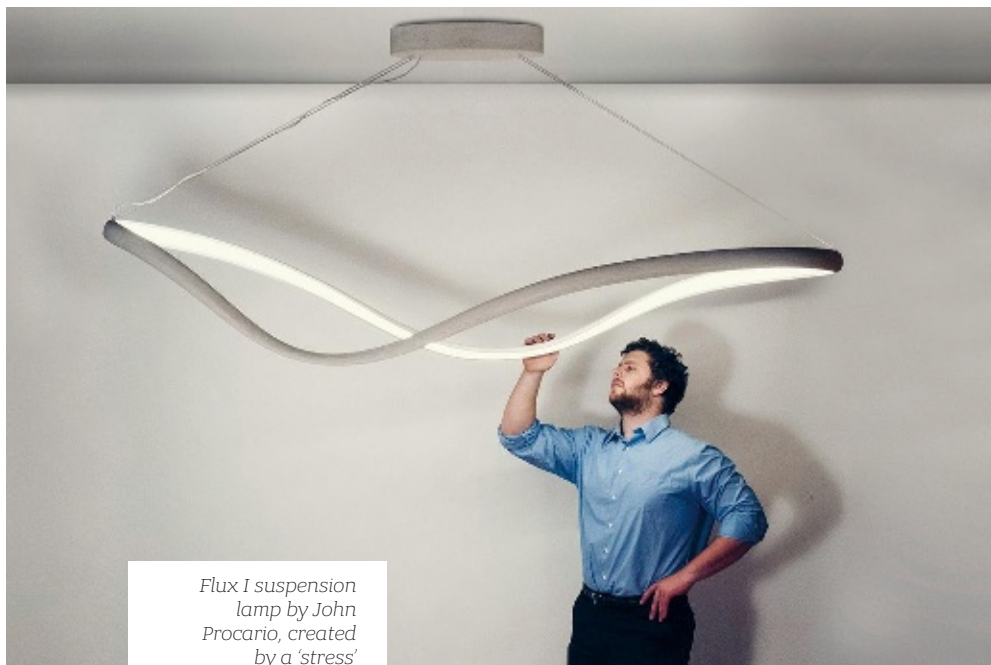
Here lies the central philosophical question of contemporary design culture. In what direction should we aim design action, in a context that – like the universe – expands in all directions without ever getting out of itself? But while the impasse is epochal, so too is the measure of what seems to be the solution today. It is this very collapse of design temporality that on the one hand is crushed against horizontal dilation, losing vertical development and depth, and on the other, precisely due to this, becomes perfectly suited to a different type of evolution, which no longer has the form of a linear advance, but that of a tree-like 'growth' fed by the reticular sharing of ideas, projects, pieces of a path to walk together, after which we scatter along diverging trajectories.

From the minute actions of posting to the major synergies triggered by specific events (just consider the importance of project management), all the way to actions oriented towards the new smart, social, cyclable and recyclable sustainability, sharing actions constitute the true nervous system of the network culture. So a company like Lago, one of the most aware in terms of (also cultural) sustainability, is paying close attention to spaces set aside for coworking, third-party places of sharing between the home and the workplace, requiring a rethinking as zones of semi-permanent transit in which to set up agile, serene situations of connected and operative wellbeing.

*In the Hide and Seek series, the Polish photographer Kamil Kotarba provides a satirical portrait of the increasingly widespread gesture of constantly, compulsively checking our smartphones.*







*Flux I suspension lamp by John Procario, created by a 'stress' on material without interruption, whose aesthetic result changes according to the viewpoint.*



*The Aero bicycle with lamellar wood frame, whose form is generated through the simulation of the forces typically applied to the vehicle. Concept and design: Martino Hutz (Martino Hutz Architecture). Development and engineering: Atanas Zhelev and Mariya Korolova (Digital Architects). Project done in collaboration with: University of the Applied Arts of Vienna/Institute of Architecture, Studio Zaha Hadid, Maveo.net, Altair Engineering, Hoeller.*

Because it is precisely in such crucibles intentionally set up to encourage the sharing of strengths and weaknesses that the present – no longer ready to be replaced by a ‘given’ future – can grow, in the form of a widespread germination of design buds, whose sum – though it cannot be packed into a single total – in any case nourishes the state of continuous transformation of reality: its opening towards that which if not a true ‘future’ is at least not exactly a ‘present.’

In this area, the focus of Francesco Morace and his Future Concept Lab on the theme of growth is significant, as was also recently seen in a festival. Nor is it by chance that we are seeing growing investment of design in models of sharing based on horizontal distribution of resources instead of the aristocratic isolation of the creative genius. This is the case of the ‘Made in Italy 2.0’ of brands like Internoitaliano and Ilide, ‘distributed factories’ that coincide with the network of relations between artisans and designer, seen as distributed resources, not according to the model of the supply chain, but according to that of the network. Because talking about growth (horizontal and reticular) instead of development (vertical and linear) means talking, in the end, about plurality instead of individuality, about synergies instead of energies, collaborations activated around projects (and therefore constitutionally projected ahead) instead of static processes forced to remain in function.

All this represents a major challenge for design, which particularly in the case of Italy has always seen quality and quantity as opposites, but on the other hand has always paid close attention to the evolution of culture and society. And what culture and society are saying today is the transition towards modes of sharing and participatory generation of meaning in keeping with the 2.0 model in which products and languages are no longer simply ‘offered’ to people, but generated together with them, made to sprout by horizontal sharing of enthusiasms, mutually involved to hold together that dimension of meaning that lives in design and that design makes live. ■





*The installation "Ciclotrama" by the Brazilian artist Janaina Mello Landini conveys an idea of connection that is simultaneously 'synaptic' and 'tree-like,' precisely like that of the web.*







**Open Structures (OS)** is one of the first platforms to take a systematic approach to Open Design. Based on a unified dimensional grid (facing page), each designer can create mechanical components or structures that are shared online through the platform. The Strata chair was designed by Jan Geboers thanks to the Ortho joint system. (photo OS Workshop by Kristof Vrancken/Z33)



## DESIGN AND SOCIAL MEDIA

We are connected 24 hours a day through Internet and social media. This influences our relationship with objects and the dynamics of the production chain. But the revolution is not so much about products as about the way they are experienced, the involvement of the user. We talked about this with **Stefano Mirti**, professor of design and architecture through new media and strategic consultant for web, digital and social spheres.

■ **IN RECENT YEARS WE HAVE SEEN EXPONENTIAL GROWTH OF NETWORKS AND SOCIAL MEDIA. WHAT TYPE OF INFLUENCE HAS THIS HAD ON THE LANGUAGE AND PRACTICE OF PRODUCT DESIGN?**

Entire business chains have been disrupted. Just consider music or phenomena like Amazon or Airbnb. The revolution cannot be stopped. But from this viewpoint, product design is not on the front lines. The most interesting cases are those in which new media are used to support and expand traditional production modes. Lego, for example, has gotten through the crisis with a strategy hinging on the web and on the relational systems of social communities. Nevertheless, this intelligent use of the digital serves to continue to sell the same little plastic blocks. For product design, the changes in progress generate niche phenomena, like start-ups that launch merchandise using crowdfunding, or multinationals that let consumers personalize objects – first of all, Nike. In absolute terms, however, taking sales as the parameter of reference, these phenomena were marginal ten years ago, and they still are marginal today.

The changes are lined more to the expansion of possibilities. If I am in Milan, I can buy something on Amazon Prime and receive my purchase in one hour. Ikea lets me design the whole home on my own, thanks to a very simple interface. Lulu lets me print a book with infinite choices (formats, bindings, num-

ber of copies, etc). Consumers get the idea that it is possible to have everything, at low cost, and very quickly. Without ever going outside.

■ **ARE THERE NEW EXPRESSIVE LANGUAGES?**

Facebook and Instagram are redefining our visual imaginary. The revolution is so strong that we don't even realize what is happening. If our use of images is channeled by Instagram, our imaginary will be different from the one determined by illustrated magazines in the 1960s. When Garage Italia launches the 500 Star Wars, it triggers a very strong viral phenomenon with the goal not of selling cars, but of generating brand awareness regarding the 500 and Garage Italia.

■ **HOW DOES THE RELATIONSHIP BETWEEN OBJECT, USER AND EXPERIENCE CHANGE IN DESIGN 2.0?**

It gets disrupted. In the world of social networks "the community is the message." Designers and manufacturers who are not able to establish a dialogue with users cannot keep pace with new demands for symbolic value.

■ **IN THE PRESENT PHASE WE ARE FACED WITH AN OLD SYSTEM COMPOSED, FOR EXAMPLE, OF INDUSTRIES BASED ON INFRASTRUCTURES, PRODUCTION PLANTS AND BUREAUCRATIC-FINANCIAL PRACTICES, AND A 'NEW' THAT CORRESPONDS TO HYPERDIGITALIZED ENVIRONMENTS, SMARTPHONES CONSTANTLY CONNECTED TO SENSORS AND APPS. WHAT ARE THE SCENARIOS FOR THE FUTURE OF PRODUCT DESIGN?**

The new does not erase the old, nor does it make it obsolete. It simply defines a new level. The challenge is not to design the sofa of the future, made of sensors and remote controls, but to continue to design a sofa using the force of digital media to engage users in the various phases of design and marketing of the product. To use new media to continue to make timeless product design. It is an unavoidable challenge. ■

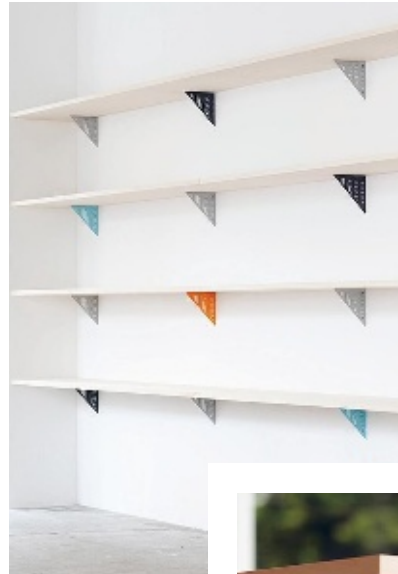




Above: **Machine Series** is a platform that makes everyday objects with accessible and open source production technologies. The containers are 3D-printed with fused deposition modeling. Promoted by Icosaedro, the creative agency of Barbara Busatta and Dario Buzzini (photo Alberto Parise). Below: the series of small wooden tables by **AtFab** (Anne Filson and Gary Rohrbacher) made with the numerically controlled machines usually found in FabLabs.



The Japanese studio **Nosigner** develops a series of open source furnishings, sharing the manuals for DIY construction. The same sheet-metal tetrahedron can be used to make joints for tables, shelves and lamps.



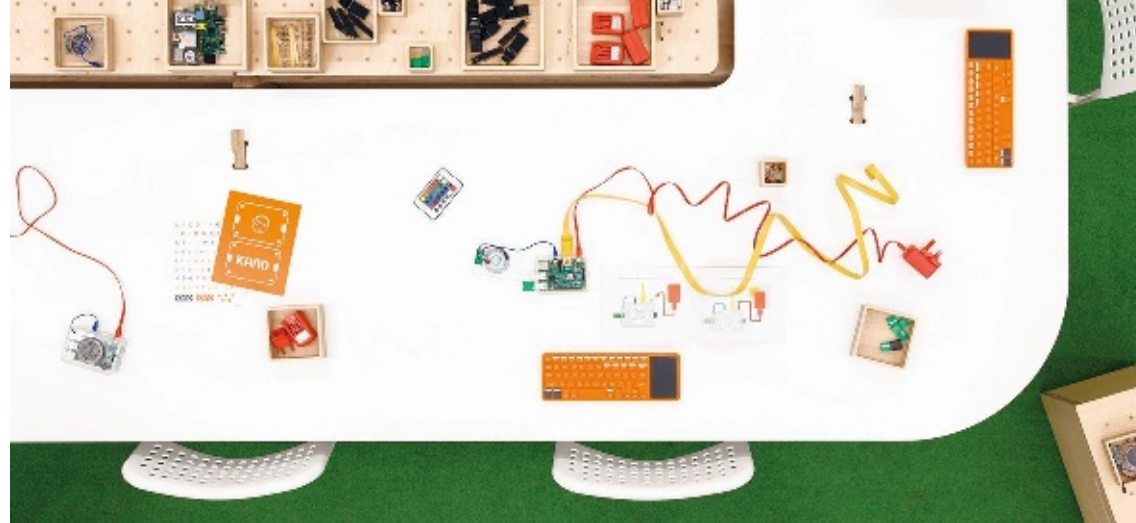
## OPEN DESIGN

A new industrial revolution is in progress, connected to the technologies of digital making, prompting communities of designers in the world – connected by the web and social networks – to develop a new kind of design practice. We talked about the shared practice of Open Design with **Serena Cangiano**, researcher at the visual culture workshop at SUPSI in Lugano (University of Italian Switzerland) and author of a book soon to be published on this subject.

■ **WHAT IS OPEN DESIGN, WHEN WAS IT DEFINED, AND WHAT WERE THE FIRST CASES?**

Open Design is digital product design whose source documents are made publicly available so that everyone can study, modify, distribute, prototype, make and sell an artifact on the basis of that documentation. It comes from the definition of Open Source developed by Bruce Perens at the start of the 1990s, which has to do not only with access to the source code of software, but also with a series of criteria that specify what is possible or not possible to do with the code distributed on the web. Open Design translates the principles of Open Source Software into the world of physical objects: it is a translation initiated by the open hardware community, then absorbed by product design and architecture. Among the





**Open Desk** is one of the first Open Design businesses: at the website it is possible to obtain the digital documentation to make a collection of furnishings, on your own or through a network of FabLabs around the world. Kano, a company that makes self-assembled computers, has furnished its offices with Open Desk items. To the side, the Edie stool developed by David and Joni Steiner.

pioneers of Open Design I would mention Ronen Kadushin, an Israeli designer, who in 2005 began to apply open source models to his design creations. Going back in time, we find the Dom-ino project, in which Le Corbusier proposed an open furnishing system, a platform where users would complete and co-create the design. Later, we have the “Proposal for Self-Design” of Enzo Mari in 1973, and the book *Nomadic Furniture* by Victor Papanek in 1972, a catalogue of furnishing solutions whose specifications were made available to encourage people to build things themselves. But shared reproducibility was still a theoretical and political assumption, since the Internet was lacking to make the concept become concrete.

■ **IS THIS A KIND OF DESIGN WITHOUT DESIGNERS, WHERE THE CONCEPT OF AUTHORSHIP VANISHES?**

No, quite the opposite. I believe that there has never been another time when the authority of the designer was so strong. Until now we have talked about design in terms of the names of large companies or design stars. In the context of Open Design all designers have the chance to make their own solutions known, without having to pass through the system of industrial manufacturing on a large scale. Making Open Design does not mean losing control over your project, it means consciously deciding on the modes of interaction with a community: you can release source files as a 3D model, or define a tool of parametric co-design that permits others to generate variations on that model. Those who operate in Open Design use platforms that permit visualization of the evolution of the project, and the contributions of the community. They know they have access to libraries of solutions that can be reused without asking for authorization. Therefore this approach “makes it possible to avoid designing the same things twice,” as Alastair Parvin, one of the founders of WikiHouse, puts it. It lets people focus design activity on the creation of systems rather than the implementation of functional or purely stylistic solutions. This perspective keeps the contribution of design to the ‘Commons’ from becoming something self-referential, while the sharing of design resources stimulates practice and reinforces the design community.

■ **CREATIVE COMMONS LICENSES: WHAT ARE THEY AND HOW DO THEY WORK?**

Internet is a wild place for creative content. Creative Commons licenses were developed as a response to the digitalization of content and its distribution on the web, offering legal solutions that define the conditions for authorization to use a resource, respecting intellectual property. But they should not be seen as an alternative to the system of design copyright. New protocols try to integrate authors’ rights in CC+ licenses, including permits that specify what can and cannot be done with an artifact of open source design. If Creative Commons licenses permit protection of the creation of a designer or not is an open issue, but closing off the project with a patent is not an answer.

■ **WHAT ROLE DO THE SOCIAL NETWORKS PLAY IN THE DEVELOPMENT OF OPEN DESIGN PRACTICE?**

Interacting with the online community is one of the main activities of those who develop open source projects: the inventors are also the moderators of the interactions among groups of persons online. Social networks are also the tools to connect the players of a future manufacturing chain or to find the kinds of know-how needed to make a product. Open Design thrives on the concept of knowledge networking, and social networks help to connect those who are interested in a product, on various levels.

■ **WHAT ARE THE COMMERCIAL OPPORTUNITIES AND THE NEW BUSINESS MODEL OF OPEN DESIGN?**

The mass production model is in crisis. And the opportunities offered by digital manufacturing technologies are there for all to see, with the related possibility of customized, on-demand production. Where business is concerned, it is still hard to understand if the numbers are right to pass from project manifestos to new factories of collaborative design. The present panorama offers glimpses of interesting alternatives, such as the Open Desk project, for example. In Open Design there is no one killer application, a winning technology to penetrate the market; it is the open source logic that makes it possible to prototype and test business models. ■

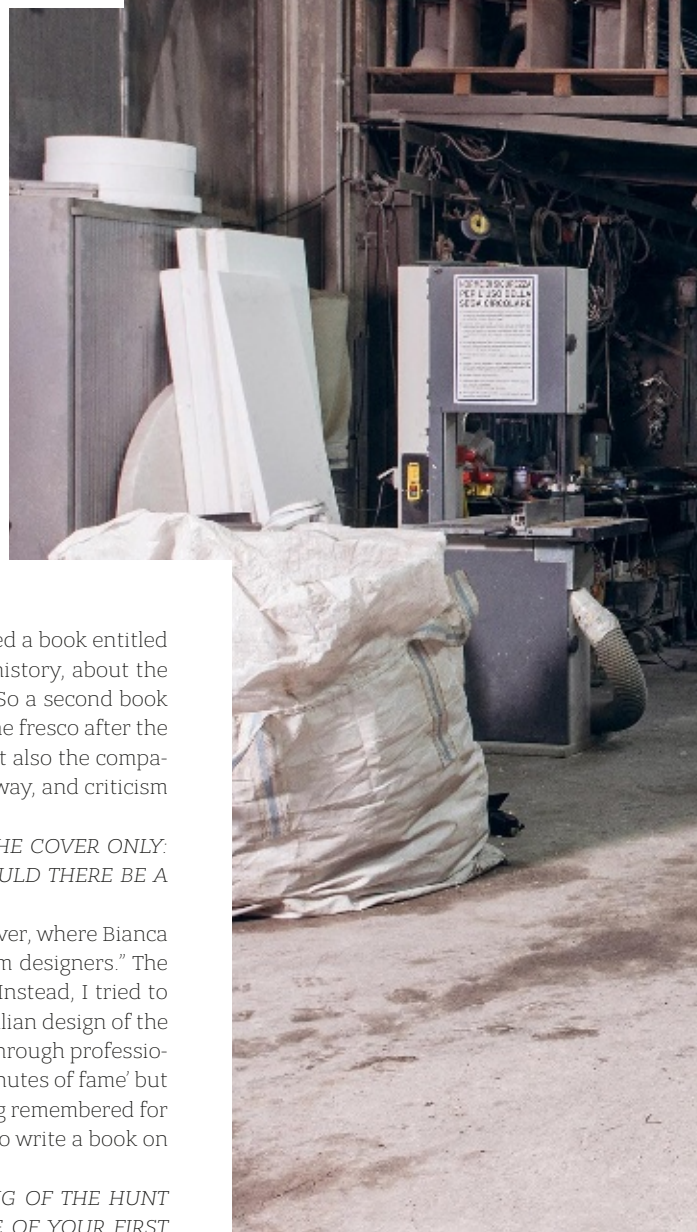




## DESIGNERS APART

Not just designers and companies. In her latest book **Chiara Alessi** tells the stories and professional doings of **many figures** operating **behind the scenes**, but with a decisive role in the specificity (and greatness) of the **Italian design system**

photos by Diego Alto  
text by Marco Romanelli



In 2014 Chiara Alessi, one of the most interesting young design critics, published a book entitled *Dopo gli anni Zero*. Suddenly the approach changed: no longer talking about history, about the 'masters.' A new generation takes the stage and finds its own place in history. So a second book is now being released, *Design senza Designer*, in which the author completes "the fresco after the Zeroes," narrating a situation in which not only have the designers changed, but also the companies and the mechanisms behind processes. Production happens in a different way, and criticism has to adapt. Hence the idea of asking Chiara some questions.

■ *THE FIRST QUESTION ARISES BEFORE OPENING THE BOOK, LOOKING AT THE COVER ONLY: DO YOU REALLY BELIEVE DESIGN CAN EXIST WITHOUT DESIGNERS? OR COULD THERE BE A DESIGN WITH DIFFERENT DESIGNERS?*

No, I don't believe it, and if you open the book you'll see. Or just read the back cover, where Bianca Laterza sums it up by writing: "an incursion into the roles of design, apart from designers." The thesis of the book is not that design is made without designers, anything but! Instead, I tried to imagine that in this historical moment the most interesting way to look at the Italian design of the 2010s might be an observatory composed of 'non-designers.' To narrate design through professionals working behind the scenes, who nevertheless hope for their own 'fifteen minutes of fame' but are not traditional designers as we know them. In a period that may end up being remembered for the slogan (which I think is ideological) 'everyone is a designer,' I have decided to write a book on design precisely without talking about designers.

■ *THE SECOND QUESTION HAS TO DO WITH THE INTRODUCTION. SPEAKING OF THE HUNT FOR NAMES (WHO'S IN, WHO'S OUT) THAT HAPPENED AFTER THE RELEASE OF YOUR FIRST BOOK, YOU SAY THAT "THE NAMES (OF DESIGNERS) ARE LESS IMPORTANT THAN THE SYSTEMS TO WHICH THEY RESPOND." IS THIS ALSO TRUE IN ITALY, WHERE THERE HAS NEVER BEEN A COHERENT, RECOGNIZED SCHOOL, BUT INSTEAD A RIVER OF EXTRAORDINARY INDIVIDUAL CREATIVE TALENTS?*

As I write in the introduction, I think that in the cases that interest me the designers are 'less important.' Not absolutely, of course, and not with respect to the history of Italian design I imagine you are thinking about, which instead is composed of names, of exceptional personalities. Instead, in the poetics I chose in *Dopo gli anni Zero* to narrate the complexity of the new Italian scene,



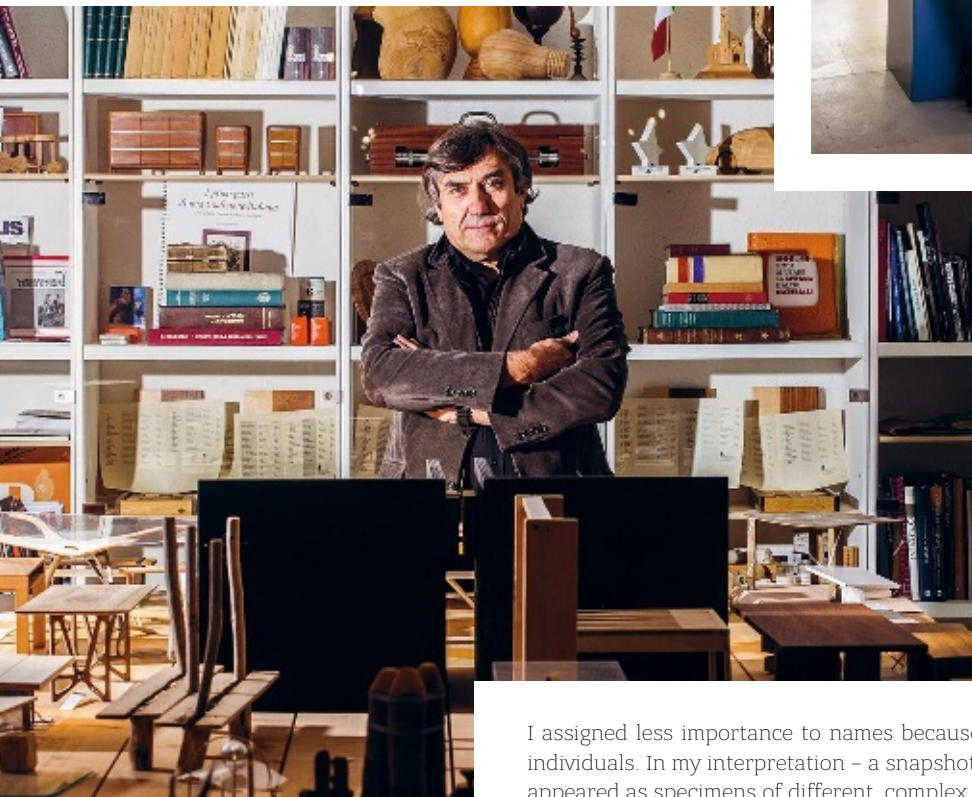


Some of the personalities interviewed by Chiara Alessi in her latest book *Design senza designer*, to be released in January by Laterza. Above: Giampietro and Carlo Piccinelli, artisans, **Creacemento** Left: Vincenzo Cannata (in the foreground), Laura Angius and Simone Panfilo, entrepreneurs, **Lovethesign**. On the facing page: Massimo Bianchini, researcher, **Polifactory**





Left: Giambattista Scalfi, Research & Development division, **FontanaArte**  
Below: Alessio Sarri, ceramist, owner of **Ceramiche Sarri**



Above: Maurizio Riva, entrepreneur, **Riva1920**



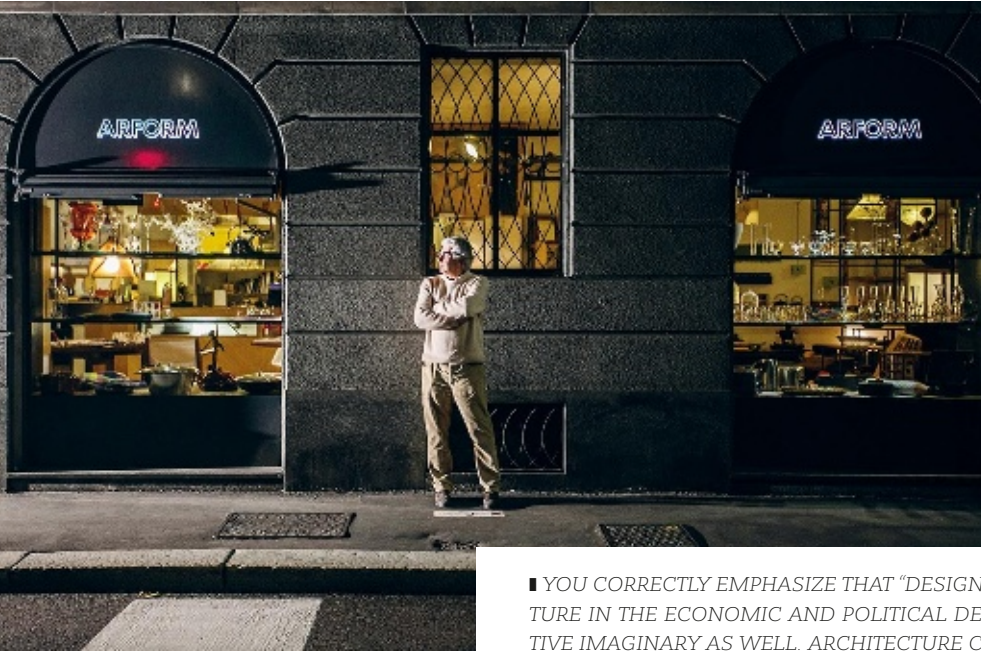
I assigned less importance to names because I wanted to reason about situations rather than individuals. In my interpretation – a snapshot of the present after the Zeroes – the personalities appeared as specimens of different, complex ways of approaching the profession: they were not even at the center of the image, but intentionally out of focus, because I was more interested in the constellation one can perceive. In this new snapshot there is another step, because the people in the picture are not designers.

■ YOU HYPOTHESIZE THE EXISTENCE OF A SORT OF 'ZERO-KILOMETER' DESIGN WHERE EACH OF US HAS THE RIGHT NOT ONLY TO CHOOSE AN OBJECT, BUT ALSO TO BECOME PART OF THE CREATIVE CHAIN OF THE OBJECT ITSELF, THROUGH PHENOMENA OF PERSONALIZATION, CUSTOMIZING OR EVEN TAILORING. A POSSIBILITY THAT, IN THE END, MIGHT COINCIDE WITH THE 'HOMEMADE' IDEOLOGY OR DESIGN WITHOUT DESIGNERS (EVERYONE IS A DESIGNER? NO ONE IS A DESIGNER?) IS THIS A RESPONSE TO THE INDUSTRIAL CRISIS, OR A REAL ALTERNATIVE?

I am not suggesting that this is the best scenario, or the right answer. And in any case I think that for good results a designer is indispensable, even if we move beyond design in the strict sense of the term. I simply register the fact that we are in transit from a historical moment in which people thought about 'design for all' to a moment in which people think about 'design for each.' This is happening not only in Italy and not only in product design. Just consider the design of services, of communication, the way the information multinationals generate content 'around' you. I believe that industry, and the most farsighted companies, have already applied this solution to their products, "we make it well, we make it in Italy, and we make it just for you," but this is not an industrial alternative to 'homemade.' It is not a response, it is a trend and it has more to do with sociology and lifestyle than with economics: people make gardens to eat their own produce, but that doesn't make farmers and food companies disappear. But the latter do have to pay attention to the desire of people to feel like part of the process, to feel they are being guaranteed a path of quality. Otherwise they will fall behind.



To the side,  
from left: Massimo  
Secondin,  
entrepreneur,  
**Secostampi**, Lucio  
Spinelli,  
entrepreneur,  
**Plastamp**



Above: Luca Tilche,  
second-generation  
owner of **Arform**.

■ YOU CORRECTLY EMPHASIZE THAT “DESIGN HAS BECOME MORE CENTRAL THAN ARCHITECTURE IN THE ECONOMIC AND POLITICAL DEBATE,” AND – WE MIGHT ADD – IN THE COLLECTIVE IMAGINARY AS WELL. ARCHITECTURE CONTINUES TO BE SEEN BY THE GENERAL PUBLIC AS SOMETHING IMPOSED, THAT CANNOT BE MODIFIED. THIS IS UNDOUBTEDLY A CONQUEST FOR DESIGN, YET I WONDER IF IT DOESN'T LEAD TO A SORT OF SPECTACULARIZATION, DUMBING DOWN THE CONTENT OF DESIGN ITSELF?

I share your concern, with one added consideration: I have not studied architecture, I am not a design historian, and I feel the weight of this every time I delve into these themes in my own way. At the same time, I think one value that should be defended, in our time of dramatic news, is precisely that of heterodoxy, of inquiry outside the system. Another thing concerns me as well: how can we speak to the immigrant, the student, the professor, the mother, the architect? In the end, I write books for a few thousand people. We have to understand whether we want to conserve a discourse of quality for a niche or open up to the risk of simplification to make thinking regarding facts that have an impact on everyone more accessible. I have chosen to take that risk. In fact, in my book I address arguments that are considered 'banal,' what I call 'commonplaces' in the sense of topoi (Made in Italy, manufacture, production districts, retailing, communication), which are usually avoided with care, in Italy, by those who say they are doing criticism. I think these topics should be reopened and rediscussed, raising the quality of the debate.

■ AT THE END OF THE BOOK YOU POINT OUT THAT THE MODIFICATION THAT HAS HAPPENED IN THE COMMUNICATION OF DESIGN, WITH A SUBSTANTIAL RENUNCIATION OF OPERATIVE CRITIQUE, HAS LED INDIVIDUAL DESIGNERS TO BECOME CRITICS, OR AT LEAST ILLUSTRATORS, OF THEIR OWN WORK. DOESN'T THIS LEAD TO AN AMBIGUOUS MIXING OF SPHERES?

You should answer this question yourself, since you have nimbly moved through this world for years without getting entangled in disciplinary boundaries, real or supposed. And in any case I don't know if the absence of operative critique has transformed designers into critic-promoters of themselves, or if it is due to widespread narcissism: 'being there' at all costs. Then there is the need for designers to extend control to all the possible aspects of their work: if it were possible, they would come to your house and tell you where to hang their lamps. So there you have it: maybe everyone feels like a designer because designers think they can be everything. ■



# INside

## ARCHITECTURE

Project by LAZZARINI PICKERING ARCHITETTI



In **Oxfordshire** (UK), a work of **architecture** and **landscape design** for a **villa** that combines transformable living spaces projected towards nature and the surrounding forest with a desire for classicism on the part of the clients. Tradition and contemporary language at the service of a very dynamic **indoor-outdoor osmosis**





# NATURAL LOOKOUT

*Design team* Eva Schenck, Francesca Wunderle, Jenny Hammer  
*Local Architect* JCA Architects  
*Physical plant* Atelier Ten  
*photos by* Matteo Piazza - *text by* Antonella Boisi





*On this page and the previous pages, exterior views of the house, whose design is aptly summed up in the model: two volumes oriented in different directions, with overhangs at the extremities, and a central connection; the grassy roof, the space on the level below the garden, vanishing with respect to the surroundings; before it, facing the street, the rotunda bordered by hedges and topiary arches leading to the entrance pavilion.*



**A**rchitecture is always site-specific, even when it produces clearly recognizable signs. One emblematic case is this country villa in Oxfordshire, between London and Oxford, 600 m<sup>2</sup> of internal floorspace, 10,000 m<sup>2</sup> of outdoor space, resulting from demolition and reconstruction of an Edwardian house surrounded by meadows, woods and cottages. The Bluff – as it is called – is first of all a house that listens to the place: in a soft way, like a natural gesture, the landscape embraces the architecture, and the architecture embraces the landscape and human beings. The needs of the Australian clients, with another life spent in Asia as part of a family of diplomats, were formulated in the desire for a reassuring, classical shell that would function as an ideal setting for their eclectic collection of Chinese and Japanese art. In a belvedere overlooking nature, where the location on a promontory of great natural beauty provided the perfect context. “We wanted to guide the gaze towards the landscape, instead of the architecture” says Carl Pickering “while keeping the two scales of intervention closely



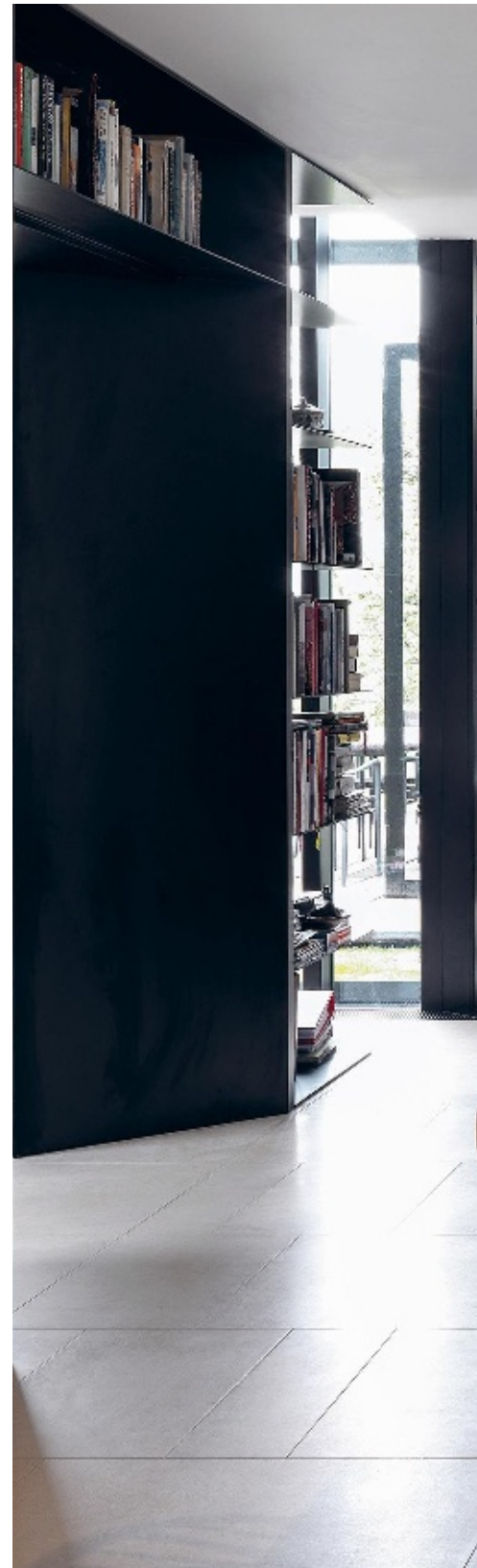
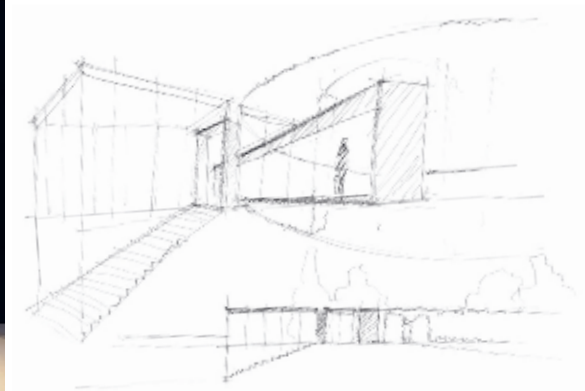
*Detail of the cantilevered frames that add character to the iron and glass facades of the two pavilions: they support the openings of panels that create a dynamic natural ventilation system for the interiors, adding three-dimensional vigor and dilating the perspective of the continuous glazing.*





## INSIDE ARCHITECTURE

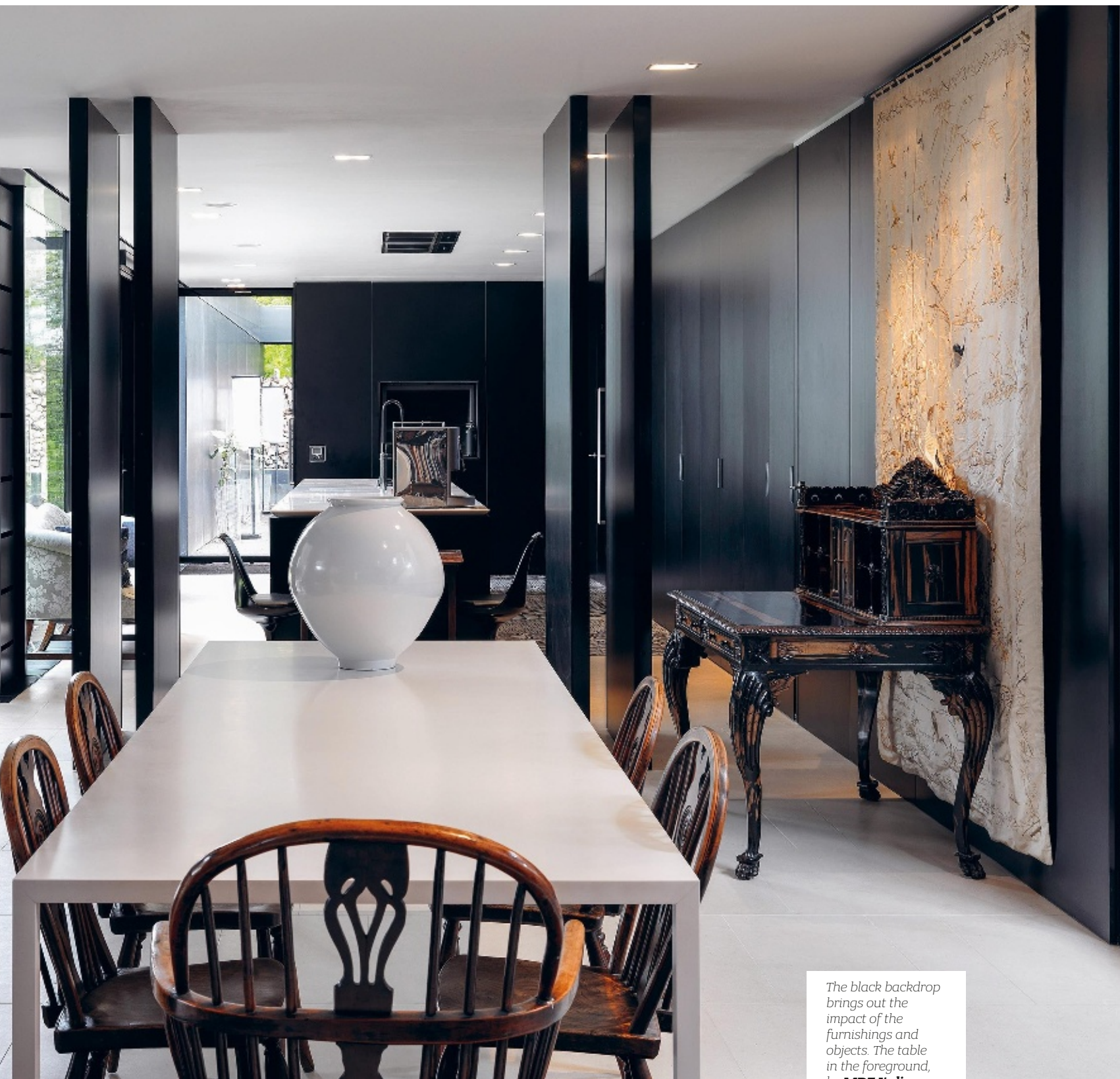
To the side, a system of mobile partitions in black laminate, custom made, makes the internal spaces flexible, communicating or separated. The custom island kitchen has a white counter in **DuPont** Corian. The sofa is a precious original Chippendale. Below, the staircase in pale, reflecting Portland limestone, like the floors, leading from the entrance to the house proper.



connected. So we thought about a layout in the garden based on the English tradition – with natural and formal zones, the new custom swimming pool on axis with the beech trees and some original pavilions with a romantic accent, from the pagoda to the treehouse – focusing on a rotunda in which to walk, bordered by hedges and topiary arches. This guides the gaze towards the entrance pavilion that develops under the green arches and from which a theatrical staircase begins, an intentionally imposing feature, as in the memory of the English home, descending to the dwelling itself.” The whole house, covered with a grassy cloak, is located at the level below the garden communicating with the street. It is composed of two volumes with different orientation, to seek the finest views of the landscape and to protect against the strong northwesterly winds. The two parts are connected by a central volume with a square plan

that functions as a joint and the symbolic heart of the dwelling, containing the parlor-library, an intimate place par excellence, with its walls covered with books and works of art. The iron and glass structure of the two volumes can be seen from the park behind, with its clear Miesian approach, while the architectural complex seems to rise off the ground with figurative lightness, thanks to the overhang of the extremities. “The idea” Claudio Lazzarini explains “was to make the nature of the wood extend right up to the house. There are still families of deer that wander freely on the land, and are kept at a safe distance using an ultrasound system. Only the frogs have been forced to move to a new pond, to the left of the swimming pool. We spent 18,000 pounds to do that, but in the end the solution of indoor-outdoor osmosis we proposed was approved in six months, with the compliments of the local authorities. Very satisfying. Also





The black backdrop brings out the impact of the furnishings and objects. The table in the foreground, by **MDF Italia**, coexists with fine antiques, modern vintage and art collected by the owners. Lighting fixtures by **iGuzzini**.





*In the layout of the interiors and their long perspectives, extreme attention to detail meets the feature of flexible architectural filters, making the spaces easy to transform. In the image: the external facade panel is attached to the frame. The perforated panel is in the open position. When closed, it permits natural ventilation of the spaces, while guaranteeing security and privacy.*



because this is a zero-impact project. There is no air conditioning in the house, and comfort is provided by the green system of the roofs, the glass screens, the biomass boilers, the radiant floors technically developed with Atelier Ten.” The overhanging frames on the facades of the two buildings represent an important feature of the design: a functional requirement that takes on great formal value. “The frames support the openings of double panels that form a dynamic natural ventilation system for the rooms, adding a three-dimensional aspect and expanding the perspective of the continuous glass surface, while providing privacy at the same time,” the architects say. The panels, with adjustable orientation, reflect the transformable character of the living spaces, permitting great freedom of behavior and environmental quality: another distinctive value of the project. A value that in the interiors, all with flooring in pale, reflecting Portland limestone (the same stone used to build London), relies on the counterpoint of mobile partitions in black laminate; ulterior flexible architectural filters that make the spaces communicate or separate, depending on needs, while offering fluid perspectives, enhancing the role of various presences. The objects and custom furnishings, from the kitchen to the fireplaces, the tables to the lamps, but also the sophisticated colonial antiques and modern vintage items from the collections of the owners, take on new life in relation to selected iconic design pieces. Everything is combined in a skillful mixture, contributing to the decor based on rigor and precision, achieved through control of the architectural design that is always brilliant in the residential settings entrusted to Lazzarini & Pickering ■



*In the guestroom, the bed by **Hästens** is framed by custom panels using papier peint in antique-effect silver leaf by **De Gournay**, with cherry blossom motifs. The bathroom is a luminous, airy space, featuring a skylight that is part of the indoor-outdoor osmosis in the design, emphasized by the reflecting wall.*





In **Spain**, at Olot, in the province of Girona, **Catalonia**, the **renovation** of a **house** in the historical center, reinvented in its interiors by **eliminating** every divider and **conserving** the protected facade and the two load-bearing walls in exposed stone

*photos by Eugeni Pons  
text by Matteo Vercelloni*

# BETWEEN TWO WALLS





# INside ARCHITECTURE

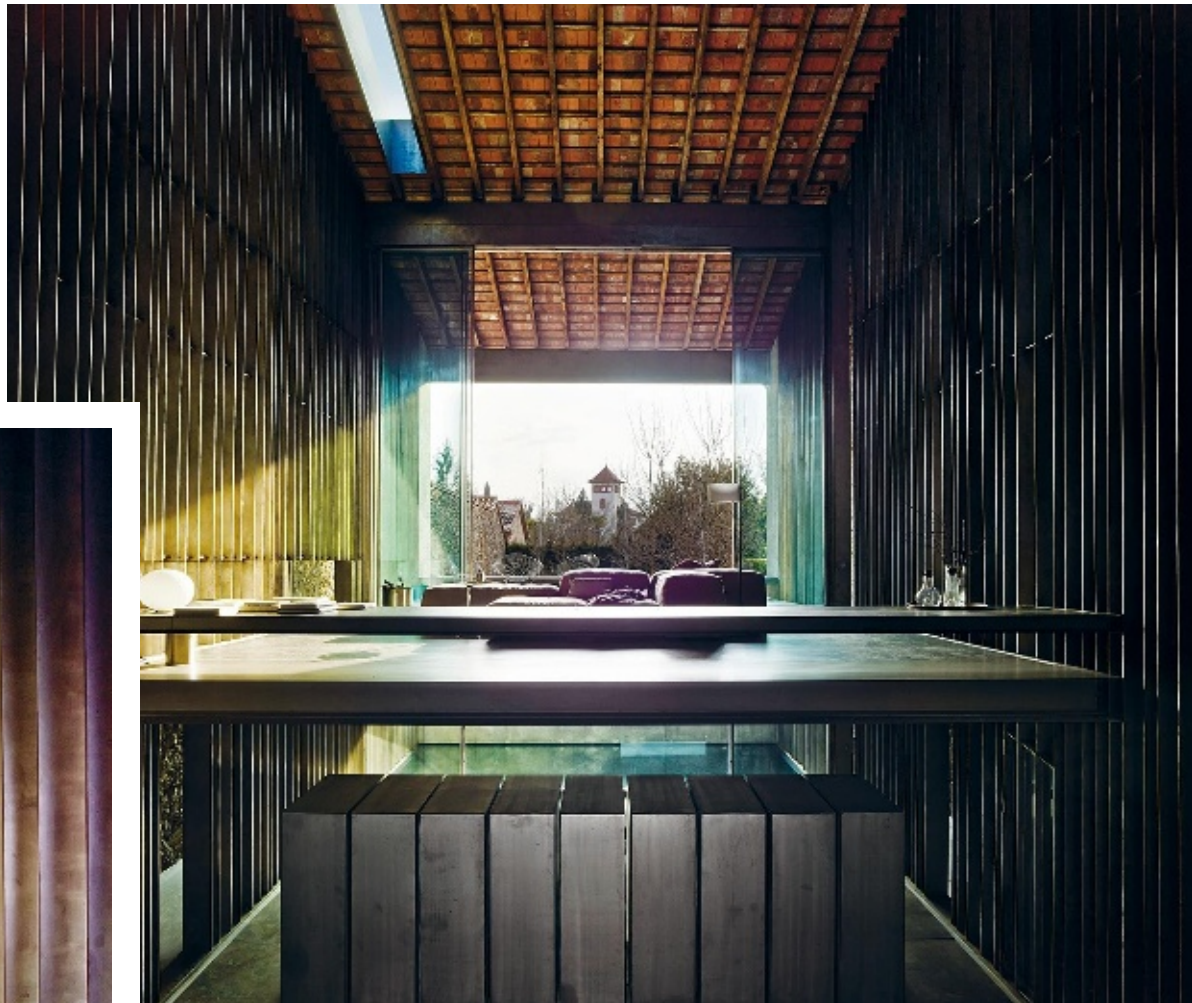
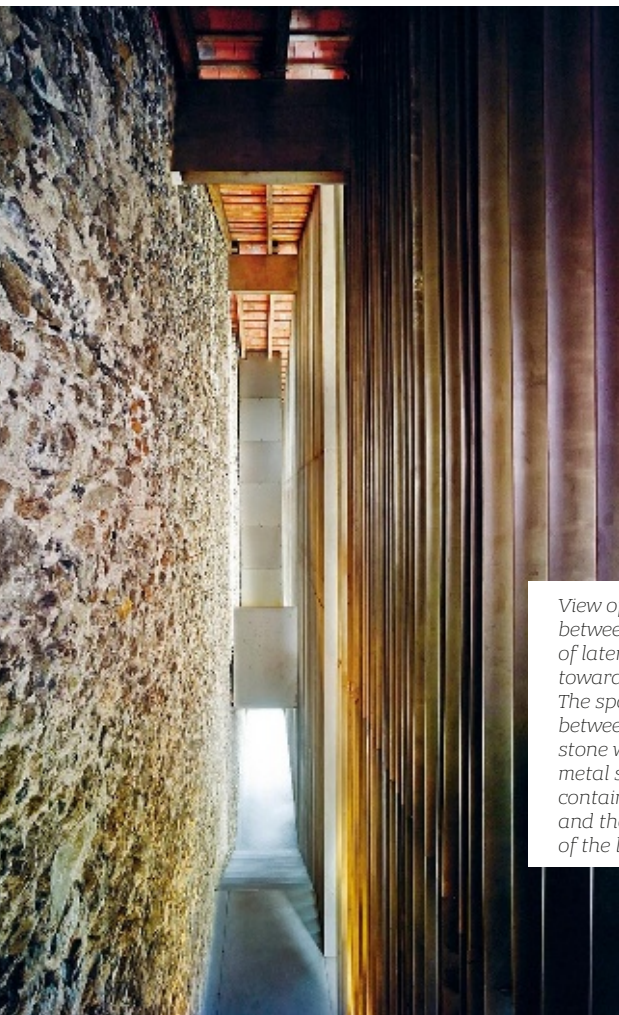
Project by RCR ARCHITECTES

View of the living area from the terrace towards the internal garden; Extrasoft divan by Piero Lissoni for **Living Divani**; on the terrace, Diamond chair by Harry Bertoia for **Knoll International**.

Below the exposed roof, the level of the guestrooms and studio. In the background, the figure of the conserved historical facade on the street.







*View of the living area between the two screens of lateral metal blades towards the garden. The space contained the existing stone walls and the new metal screen, containing the ramp and the fireplace of the living area.*

**T**he theme of renovation in historical centers, not only in Europe, is a widespread practice experienced every day in the architectural culture of different countries, in keeping with different modes and forms of intervention that seek a relationship of interaction and integration, dialogue and transformation, with what already exists. Work on interiors, their reconfiguration and redesign, becomes the guiding design value of any reform of spaces, and at times – as in this

case – offers good examples of methodology, in terms of intentions and results. The well-known Catalan architecture studio RCR, also operating on projects of a larger scale, comes to grips in this case with a building of modest size on two levels, part of a succession of historical facades aligned on a street in the center of the town of Olot. The fronts are pressed between two lateral walls without openings, with small gardens at the back, in the characteristic European ‘Gothic’ lots. The conservation of the protected facade, along with that of the profile of the double-pitched roof and the overall volume, finds its compositional counterpart in the radical transformation of the interiors, which taking the structure back to its essence (two lateral stone walls, roof, streetfront) reinvents the internal space, suggesting new ways of living. The proposed use is that of a substantially unified space that contains suspended and staggered planes, bringing out the perception of the full height of the volume: from the floor of the lower zone to the roof paced by wooden beams and the exposed terracotta blocks on which the roof tiles are placed. The gutting





*The living room facing the garden through a full-height window. The fireplace has been inserted behind the metal screen. TMC floor lamp by Miguel Milá for **Santa & Cole**.*

of the interior offers a 'white page' on which to resume the composition, inside a given 'frame'. The new dwelling, detached from the conserved stone walls, taken as historical 'wings' as on a stage, develops its spaces inside two continuous diaphragms composed of vertical steel blades placed parallel, that run through the entire length of the construction, from the facade on the street to the new completely glazed elevation facing the internal garden. The metal architectural screens are separated from the existing load-bearing walls, creating two long corridors in which to organize the ramp connecting

the entrance and the living area towards the garden, on one side, and the bathrooms and staircase leading to the guestroom zone and studio created towards the street, at a higher position, on the other. The staircase and ramp, like the new, apparently floating floor slabs, the parallelepiped of the fireplace that runs vertical adjacent to the stone wall behind the metal blades of the living area, are in exposed concrete, underlining the contemporary spirit of the project with their essential materic character. The new domestic spaces detached from the stone walls and set back from the street facade

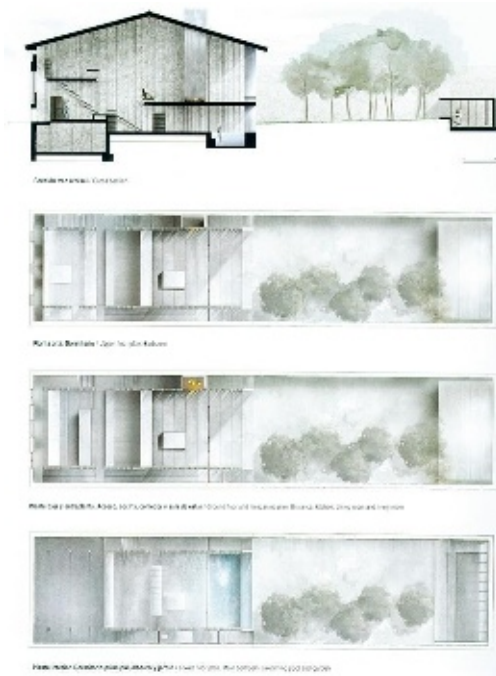


To the side, view of the custom kitchen placed behind the entrance, below the guestroom and studio zone. On the worktop, Tolomeo lamp by Michele De Lucchi and Giancarlo Piretti for **Artemide**



The master bedroom on the lower level of the house, connected to a swimming pool open to the garden. Cesta lamp by Miguel Milá for **Santa & Cole**, CH25 armchair by Hans J. Wegner for **Carl Hansen & Søn**. In the drawings: cross-section and overall plans.

develop on four levels. The lower level contains the master bedroom, facing the garden by means of a swimming pool separated from the bedroom zone by sliding full-height glass. From the entrance, where the kitchen is arranged on two levels, becoming a hinge between the entrance and the lower level, one can see the central full-height space that leads to the living area placed at a higher level, above the master bedroom. The internal perspective towards the garden and the new pavilion at the back thus opens up. Above the entrance, the guestroom and studio zone is detached from the conserved facade on the street, and overlooks the daytime zone below, projected towards the garden, as from an open loft. The elimination of a sector of tiles corresponding to the space between two structural beams creates an interesting opening for light that frames the blue sky, bringing natural light to the living space. ■





The master bath  
created in one  
of the 'lateral  
corridors' beside  
the bedroom.  
César stool  
by Rodolfo Dordoni  
for **Minotti**.





# THE CHALET FROM THE FUTURE

Built on a slope in the Swiss Alps, a mountain home with a contemporary image. With a single facing material, **stoneware sheets** from the latest generation. A grey **monolith** **in the green** Alpine landscape

*photos by* Jacopo Mascheroni  
*text by* Laura Ragazzola





# INside ARCHITECTURE

---

Project by JM ARCHITECTURE

---



*Positioned at the edge of a slope, the house opens to the valley with a panoramic glazing that 'folds' inside to create a loggia for outdoor dining. The other facades (including the roof) feature continuous cladding in sheets of porcelain stoneware by **Casalgrande Padana**.*





**J**acopo Mascheroni, forty years and a life full of success: project manager at the age of 30 in the New York studio of his 'mentor' Richard Meier; a Green Card in 2005 granted by the US government for "extraordinary ability in the field of architecture"; and a place, starting in 2012, among the top 20 emerging architecture studios around the world.

His studio's trademarks? Simplicity, rigor, harmony, expressed in very white, light, almost transparent houses, with essential flat roofs. But Villa Monteban, the latest work (already winner of many prizes) by Jacopo Mascheroni, is something of a departure.

■ *WHAT HAPPENED? A CHANGE OF COURSE IN*





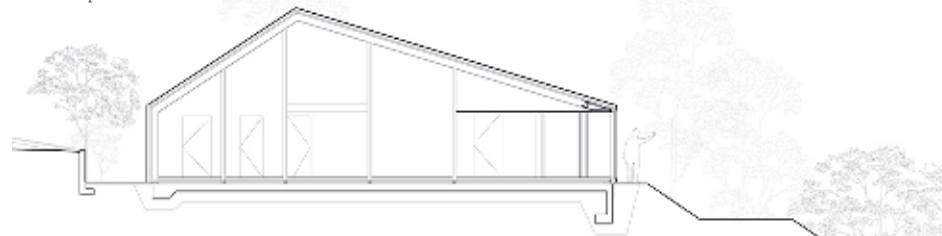
The roof and facades have been designed sheet by sheet to achieve a perfect surface (**Geos Italy**). The same porcelain stoneware (**Casalgrande Padana**) has also been used on the shutters, which when closed (small photo, left) completely vanish into the ceramic pattern. Below, section of the villa.

#### YOUR COMPOSITIONAL LANGUAGE?

This house has a very singular story. The clients, owners of a panoramic lot at an altitude of 1000 meters in the Swiss Alps, were enthusiastic about the white, luminous works of architecture of my studio, but they had to come to terms with a rather complex situation: the local building regulations are very rigid and impose pitched roofs in a dark grey color to fit into the local natural and architectural landscape (the nearby town of Medaglia, a cluster of houses with slate roofs, visible in the valley). It was a real shock for them, but also for me and my staff...

■ SO YOU HAD TO FIND AN ALTERNATIVE IDEA? Of course. We transformed a constraint into

an opportunity. The idea was to use a single material – ceramic sheets – for the roof and the facades, giving the building a monolithic image, almost a boulder in the midst of nature. With one exception: the southern facade that opens with a large window over the valley, offering a spectacular view of the uncontaminated landscape.







The pale, luminous interiors form a contrast with the dark gray of the outer surfaces. With few exceptions (chairs by **Vitra** and a round table by **Knoll International**, above) the furnishings and lights (**Oty Light**) are perfectly integrated..

■ **A FUTURISTIC BUILDING IN FORMAL TERMS: IS THE SAME TRUE OF THE CONSTRUCTIVE SOLUTIONS?**

Absolutely. We had to work with a pre-set budget, but our clients did not want to do without a home 'made to measure' of high quality, created with attention to details, finishes, materials. Furthermore, the job was to build a home in the mountains, where the climate is harsh, on a slope that is not very easy to reach. This is why we opted for a wooden structure with an insulated framework, made with prefabricated parts to assemble quickly at the site.

■ **WHAT ARE THE ADVANTAGES FROM THE VIEWPOINT OF ENERGY SAVINGS?**

The new development is that we have used the same layers for the roof and the walls: a double ventilated wall that from the facade bends to form the roof and then descend on the opposite side. The result is a high-performance enclosure.

■ **WHAT IS THE ROLE OF THE CERAMIC SKIN?**

The key element of the project is precisely its final cladding in sheets of porcelain stoneware,

bringing uniformity to the profile of the building, also in visual terms. All the facades have been designed with a 'dynamic' pattern made with three different formats, also applied to the shutters, keeping the alignment of the joints rigorously clear. Today, the performance of ceramic almost cancels out the maintenance costs: porcelain stoneware does not change color, does not dilate; it is very strong and conserves its qualities in time.

■ **WERE YOUR CLIENTS HAPPY WITH THE RESULTS?**

I think so, though they were not expecting their home to become a tourist attraction, for people who climb the slope to photograph it...

■ **WELL, IT'S NOT THE FIRST TIME ONE OF YOUR PROJECTS HAS BECOME A FOCAL POINT...**

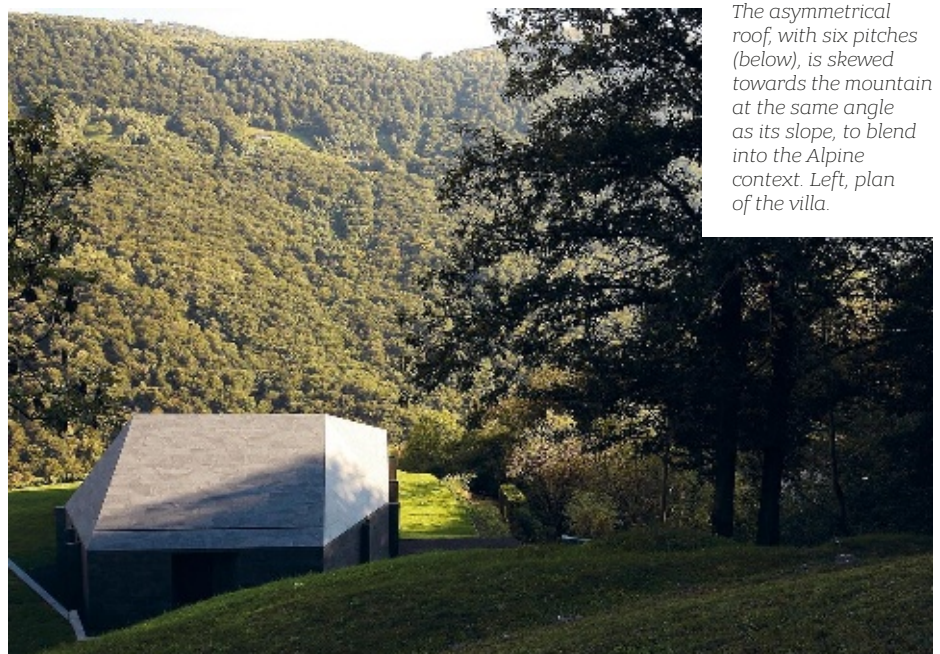
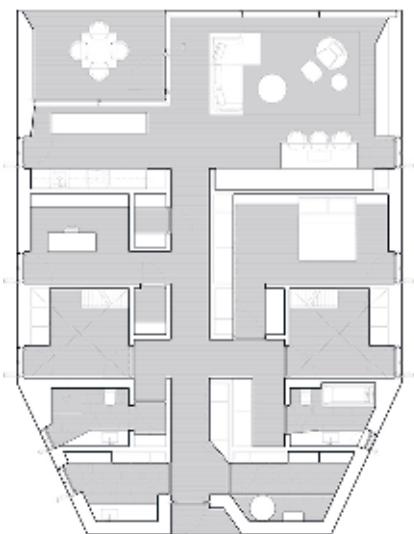
Probably not: I always remind my staff that the studio won a 'small piece' of the Oscar assigned to *The Great Beauty* because in the film the only contemporary building, in the midst of the wonders of imperial Rome, is precisely one of our projects. ■





The conversation corner shares the same very luminous space with the dining area and kitchen, overlooking the landscape through large windows with insulating casements (**Casma**).

The asymmetrical roof, with six pitches (below), is skewed towards the mountain at the same angle as its slope, to blend into the Alpine context. Left, plan of the villa.









Project by VINCENZO DE COTIIS ARCHITECTS

## UNIQUE CHARM

photos by Santi Caleca  
text by Antonella Boisi

Overall view of the ground floor, entirely crafted by hand (except for the lighting fixtures produced by **Erco**). Floors in sheets of cast aluminium, white onyx, blue Belgian stone; ceilings in Steelcolor; walls in backlit fiberglass, display fixtures in polished brass and fiberglass. The leather sofa and the tables in cast brass and onyx in the foreground are from the **Progetto Domestico** collection by Vincenzo De Cotiis.

The **restyling** of the **original Krizia store** on Via della Spiga in **Milan** marks the **passage of the helm** of the firm from its founder Mariuccia Mandelli, who recently passed away, to the new president and creative director, Zhu Chongyun, with a decisive 'change of course' suggested by Vincenzo De Cotiis Architects. The pursuit of innovation based on **continuity** means

**K**rizia now. Looking back, going forward, the exhibition at Palazzo Litta in Milan, applied this manifesto-title to celebrate the brand's 60th anniversary in 2014, as well as the entry in the maison founded by Mariuccia Mandelli of a new president and creative director, the Chinese Zhu Chongyun. The architect Vincenzo De Cotiis took part with an installation-sculpture in brass, as part of the overall installation. The next step was to redesign the historic flagship store on Via della Spiga, in the Milan fashion quad. "We chose this architect because his vision of design and minimal, contemporary, artistic style fully corresponds to the aesthetics of my fashion collection. I like his approach to materials, very similar to mine, a mixture of sophisticated, precious and rugged textures with which to experiment, without overlooking the intrinsic beauty of imperfections in the production process. A sort of avant-garde approach with a Futurist accent," says Zhu Chongyun, a mechanical engineer who became a fashion designer through passion. Self-taught, just as the schoolteacher Mandelli was at the start. De Cotiis too conducts research 'away from the crowd' in the hybrid territory between art and design, which began 25 years ago with *Progetto domestico* (a collection of one-off furnishings, many made with recycled materials, wood, fiberglass, cast brass). The cuts and forms, the sculptural lines of abstract geometries that now inhabit the updated Krizia boutique, 300 m2 on two levels, in a contrasting metropolitan mixture of raw and polished 'skins', come from





*The central staircase leading to the basement is covered with blue Belgian stone on the inside and Steelcolor on the outside. It does not interrupt the continuity of the spatial perspectives.*



*In the foreground, the prismatic tables (ground floor) in natural brass and black leather are custom creations.*

this path and these roots. A different way of looking at design that corresponds to the genuine pleasure (and talent) of always recouping the charm of an existing context that opens up to new possibilities of life. De Cotiis has never thought of things in a serial manner. He relies on a circuit of crafts workshops for the prototyping of his pieces. The concept of standardization is banished. For him, design is art or, more precisely, not just industry. Like Gaetano Pesce. Specifically, he has brilliantly combined this recognizable signature with understanding of the historical and cultural values of a very Italian brand. "We have been able to achieve an architectural, rather than decorative, result," he says "shaping and designing the material not in a graphic texture that can be infinitely repeated, but in a solution connected with unique pieces and a limited-edition logic." From the floors in sheets of cast

aluminium, white onyx, blue Belgian stone, to the ceilings in Steelcolor, artistic resin panels, backlit fiberglass, and the walls in fiberglass, Steelcolor and natural iron; from the display fixtures in polished brass to the prismatic furnishings in fiberglass; everything speaks of craftsmanship (except for the light sources, produced by Erco), an image reduced to the essential, that never interferes with the leading role of the garments and accessories. The interpretation of the new direction of the company implied looking into the future. "Which, for me, meant innovation in terms of continuity, on the conceptual level, indicating the change of course, with the idea of a unique place, a boutique, exclusive quality that becomes an expression of luxury. On a compositional level, it meant radically altering the spatial layout, making the staircase have a central place, not only in figurative terms, offering easy circulation as well as a freestanding architectural object, with a structure in iron, and a single attachment point at the top and at the bottom. The cladding is in blue Belgian stone on the inside and Steelcolor on the outside, underlined by the reflecting surfaces of the enclosure, which modulate the color effects through light. A unique place. Let's not forget that designing fashion with architecture is the same as representing a tailor-made garment. And our dress, in itself, is the first place in which we live. This uniqueness is what, in retail design, allows me to always make brand identity recognizable, even for large manufacturers of consumer goods." In the end, the objects that inhabit this interior become dense presences; they give substance to an alchemy of light, transparency and fluidity, sustained by formal and emotional depth, conveying the sense of life as an open work of aesthetic and materic synthesis. Feeling, in short. "I prefer dissonance to perfect matching," De Cotiis explains. "I am afraid of everything that is 'correct'; it gives me a feeling of emptiness. Because I can't see beyond it." ■





*View of a display zone  
in the basement, giving  
substance to an alchemy  
of lights, transparency  
and fluidity through the dense  
materia quality of the enclosure  
and the custom furnishings,  
enhanced by the play  
of reflecting surfaces.*





# THE DISTRIBUTED BATH

**Tailor-made**, transformable, increasingly open to the **living area**. Ready to amaze, even with just one washstand. This is the bath according to **antoniolupi**, staged in the **showroom** opened at the headquarters in the hills of Florence

*by* Katrin Cosseta  
*photos by* Walter Monti



# DesignING

COVER STORY

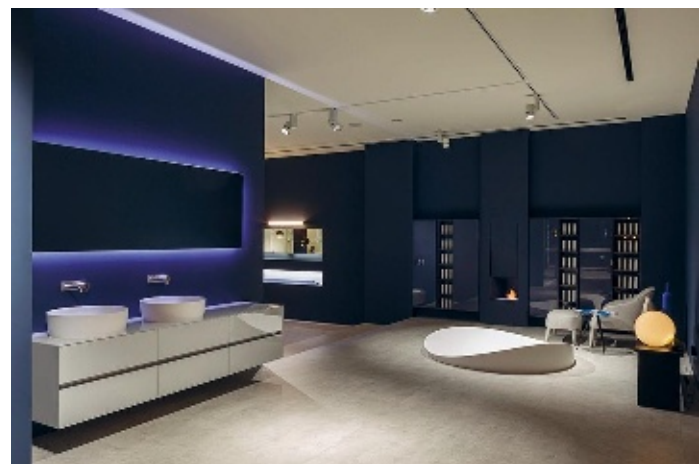


*The large pool at the entrance to the new showroom of **antoniolupi** at the headquarters in Stabbia Cerreto Guidi (FI). An automation system controls the shower heads in an evocative spectacle of water and light.*

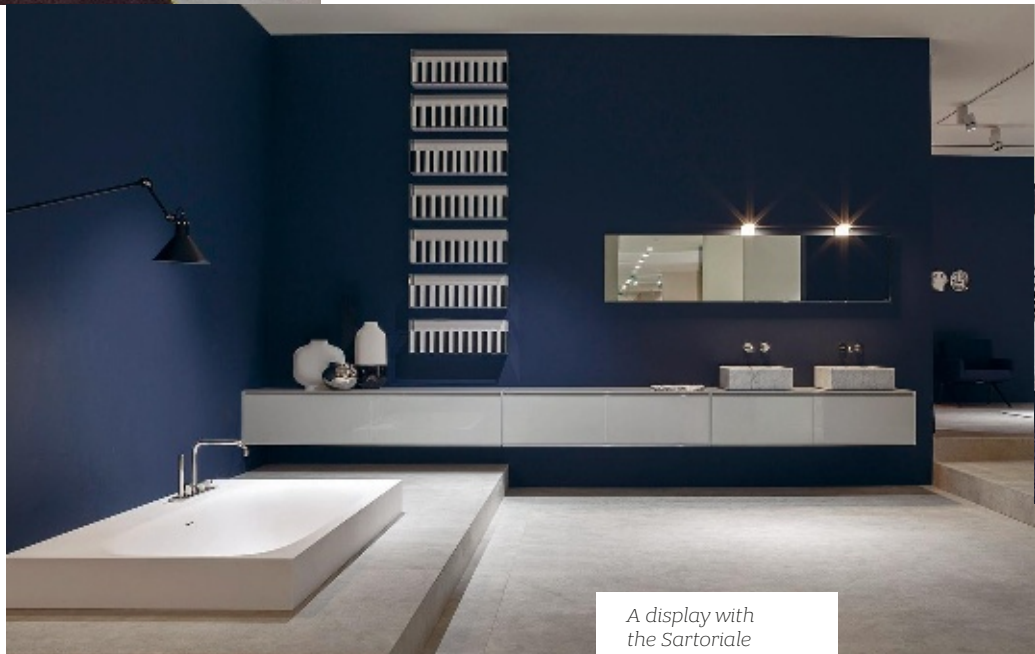




Left, a setting in the showroom with the Sartoriale tub by Carlo Colombo in the foreground. Below, another view of the Dune built-in tub by Mario Ferrarini and the Catino countertop washstands by Nevio Tellatin.



“Tailoring, courage and a bit of madness.” This is the DNA of antoniolupi today, according to its creative ‘front man’ Andrea Lupi, head of research, design and communications for the family firm. Tailoring “that comes from the project itself, its capacity to adapt to the needs of designers and spaces, with extreme freedom of materials, measurements, colors and finishes, going beyond the definition of the industrial product.” Courage “to think outside the box.” A bit of madness, “stubbornly insisting on making (only in Italy) only the projects I like, without paying attention to the demands of the market, even when the projects seem impossible. Being entrepreneurial dreamers.” The three concepts find concrete expression, almost like a manifesto, in the new corporate showroom at Stabbia, already a profoundly Italian tale of courage in its own right. The project comes from the need to restore the space after the devastation caused by a storm that made headlines in September 2014. The showroom has returned, larger (2300 square meters instead of 600) and more beautiful than it was before. Starting with the ‘water dance’ that surprisingly greets visitors at the entrance. A spectacle of son, eau et lumière orchestrated, with an automated conductor, by shower heads set into the ceiling, whose tailor-made essence expresses unusual sizes (up to 75x100 cm, practically a shower panel). After the large pool at the entrance, the display winds like a fluid path through habitat and lifestyle solutions, effectively staged in the styling by Paola Pastorini. Because the bath still exists, but it is scattered throughout the home, in dialogue with

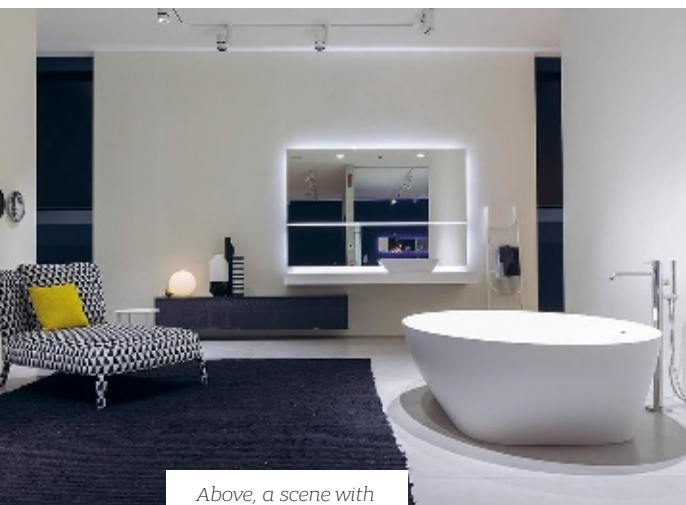


A display with the Sartoriale semi-built-in tub and the Blocco washstands, both designed by Carlo Colombo.

the living area and the bedroom zone, “while the most private nucleus is set aside for the fixtures, which in foreign countries often have a space apart,” Lupi explains. So a tub, perhaps built-in, can be a presence in the bedroom or the living area, surrounded by a bookcase, and a cabinet-washstand can evoke the colors and finishes of the furnishings in the living area. Different environmental colors (dark blue, powder pink, Havana brown, gray) and stylistic references (from Deco to Op Art) create the scenes that construct clear lifestyle indications around the collections:



A romantic setting  
with the Funny  
West tub by Paolo  
Cappello and  
Federico Sandri.



Above, a scene with  
the Solidea tub  
by Carlo Colombo  
as the protagonist.  
Right, a space  
furnished with the  
Bolo washstands  
and the Ago tub,  
both by Mario  
Ferrarini.



from Urban Modern to Future Classic, by way of Modern Romantic. "We wanted to show that our products can cover multiple taste areas, from contemporary to decorative, because different souls coexist in the company." The company catalogue has a single very strong identity, but each designer has his own character, Andrea Lupi explains: "Colombo was very materic at first, Nevio Tellatin has a technical approach, De Palo has a poetic sign, while Roberto Lazzeroni brings bourgeois refinement." In over sixty years of history the company has

been a witness and a protagonist, and often a forerunner, of the evolution of the world of bath furnishings. "Just 30 years ago, the bath was still organized with a ceramic washstand on a column, a mirror and wall lamps, an acrylic tub, and the wildest touch might have been a cabinet under the washstand. Today bath design has been liberated, the concept has changed, and new materials permit unusual forms and sizes. So over the last 10 years we have been able to offer made-to-measure solutions, at 360 degrees." The question of materials is closely connected to the success of the





*Silenzio by Domenico De Palo, a 'mimetic' washstand built into the wall, in Corian. With or without LED lighting, it blends into the surface where it is installed.*

Tuscan brand. "Our original material is glass, with which my father began to produce mirrors and then furnishings, cabinets, accessories. Starting in the 1980s, we inserted ceramics, wood and metal in the catalogue. The true breakthrough came in the 2000s: Carlo Colombo explored stone and above all Corian, revolutionizing forms, measurements, technologies. Then, with Cristalplant, we brought out more sculptural impact and lightness, as in the Baía bathtub, a bestseller. Today we are offering our own patented material, Flumood, ecological and compact, with a silky touch, ready to be customized with materic textures. And above all, it lets us express new ideas about color."

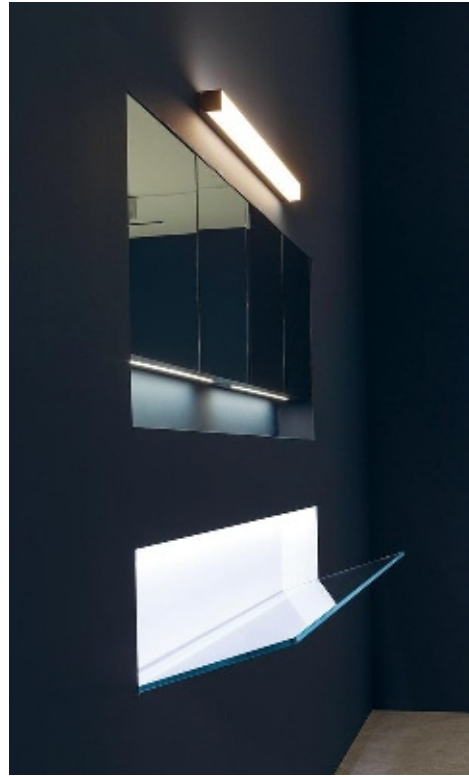
The sequence of iconic products bringing absolute innovations to the sector is inseparably linked to the evolution of materials. Like the Slot washstand in Corian designed in 2002, the first to eliminate the drain mechanism – another bestseller – or the Materia collection by Colombo, which introduces the concept of the multimateric system in the bath. Or the collection of fireplaces "Il canto del fuoco" by Domenico De Palo, which in 2010 led to the idea of integrating the washstand in the architecture, poetically expressed in the Strappo, Silenzio and Soffio models that seem to blend into the walls. The research on the aesthetic of subtraction and extremely clean forms is "a true condition for elegance, in my view, because the project should have just a few indispensable

signs in order to be understood," Lupi asserts. The results include a very recent washstand of striking character ("you either hate it or you love it"): Battigia, designed by Michel Boucquillon. "The project extends the idea of the washstand built into the wall, but with an even more rigorous, contemporary look. Seen from the side it seems like a shard of crystal thrown into the wall, from which the water emerges as if by magic, since the faucet is hidden from view, built into the Corian structure of the washstand embedded in the wall. The light inside it, blue or white, underlines the emotional aspect, especially at night. It is truly a new product type: more than a washstand, it is a lamp-sink. In which, once again, we demonstrate our ability to customize, because we can make it in different lengths, from 90 to 300 cm, and in different materials." Battigia opens up new, futuristic scenarios for the bath environment, but glass represents a link to the history of the company, also in symbolic terms. What remains of the original antoniolupi? "The second generation. Four siblings who manage the family firm, with passion. And the base. The roots and the production are still in Stabbia, though we operate practically all over the world (the firm has recently opened four new showrooms in Southeast Asia, ed.). Maybe this too reflects our touch of madness," Andrea Lupi concludes. In the end, spreading design and innovation from the land of Leonardo is also a form of luxury. ■





*The new Battigia washstand by Michel Boucquillon. The Corian structure, built into the wall, also contains the faucet (the unit opens for access to the faucet and the drain), which disappears from view. The only part visible outside the wall is the angled glass sheet, which can also be replaced by other materials. Complete with white or blue LED lighting, it can be made in different lengths from 90 to 300 cm.*







From a tool for frogmen of the Italian Navy to an icon of high-end timepieces. **Angelo Bonati**, CEO of **Officine Panerai**, retraces the story of the brand born in Florence in 1860. And narrates its increasingly strong ties with the world of design

*Interview conducted by Gilda Bojardi  
Edited by Maddalena Padovani*

## MR. TIME

**T**o design time you need patience, lots of it. Especially if you want to give it high design content, conceived to express the best of Italian creativity combined with the excellence of Swiss manufacturing. So says Angelo Bonati, CEO of Officine Panerai, the brand that has become a symbol of high-end watches thanks to the refined lines of its products and a story like a film that begins in 1860 in a small workshop in Florence, then conquering the world.

**■ AFTER ABOUT TWENTY YEARS OF EXPERIENCE IN THE LUXURY SECTOR, IN 1997 YOU ACCEPTED THE CHALLENGE OF THE RICHEMONT GROUP TO LAUNCH A NEW BRAND THAT ACTUALLY HAD A LONG HISTORY: OFFICINE PANERAI. COULD YOU TELL US ABOUT THE PATH THAT LED TO THIS ADVENTURE?**

My professional life began in a jewelry workshop in Valenza Po, where I went because I wanted to learn the art of making jewelry. The desire to continue on my own then brought me to Milan; at first I worked for Standa, then I got into the distribution of Cartier watches and accessories. That was my way into the world of luxury, the start of a career in which I worked on different brands in different sectors, such as that of ceramics for Ginori, prêt-à-porter for Trussardi, and then back to the world of watches with Officine Panerai. It was 1997 and I already knew the story of this workshop that for years had been a supplier of precision instruments for the Italian Navy, especially for the special underwater units. The projects developed in this period were top secret for many years; one of them

was the Luminor Marina watch, which stood out for its large size and very original design. The Richemont Group suggested that I guide the revival of this product, which though it had a very distinctive identity did not have an equally strong, effective brand. I accepted this challenge with passion, and what we have been able to build over the last 18 years fills me with great satisfaction.

**■ HAS THIS BEEN A PATH OF CONTINUITY OR OF TRANSFORMATION?**

As a supplier of the Italian Navy, its main client, the company's activity changed as a result of the disarmament following the fall of the Berlin Wall. But this watch designed in 1934 was in its files, and it had great potential. The idea was to launch it on the market by producing 1000 pieces. The operation did not bring the desired returns, but one of those pieces did end up on the set where Sylvester Stallone, in 1996, was shooting *Daylight* at Cinecittà. Since he had problems with his eyesight, he liked the big face of the watch, so much so that he asked for a personalized production run under his nickname. This lucky break made the watch reach the hands of Johann Rupert, president of the Richemont Group, who fell in love with it and decided, in 1997, to acquire the branch of the company connected with the production of watches, binoculars, compasses and depth gauges. But decisions had to be made about what to do with this product that had a face 10 mm larger than the largest watches on the market. We opted to maintain its distinctive characteristics: not just the size, but also the simplicity, two factors that have made it a true reference point for the whole world of watches. This was the winning





From the 1930s to the 1950s the Panerai workshop in Florence supplied the Italian Navy with instruments for commandos engaged in underwater missions. Due to their sturdiness, waterproofing and legendary visibility in the dark, the Radiomir and Luminor watches by Panerai are considered the first professional underwater models by many experts. On the facing page: Angelo Bonati, CEO of **Officine Panerai**.





*A historical image of the Angelus movement. The use of these movements in the 1940s allowed Panerai watches to function as many as eight days without winding: for divers, this long time span meant not only greater reliability but also less manipulation of the winding crown, one of the points most vulnerable to possible infiltration of water.*

choice: to change nothing. We have made some refinements, but the form of the Luminor, like that of the Radiomir, has remained the same. Another decisive choice was that of limiting production and thus conserving the originality of the product.

■ **TELL US ABOUT THE COLLABORATION WITH PATRICIA URQUIOLA.**

We met at the time of the exhibition "O'Clock - time design, design time" at the Milan Triennale in 2011, where Panerai was the sponsor. Patricia's creative personality is so lively and visionary that sometimes I was afraid she would take us down paths that were too far away from our identity. Instead, the results were very positive, and in fact we have decided to entrust her with the design of the Panerai boutiques around the world.

■ **HOW IS YOUR DISTRIBUTION NETWORK ORGANIZED?**

We have 38 owned boutiques and 29 outlets in collaboration with Panerai dealers. We are a presence on the world's most beautiful streets. The only ones we haven't put on the list yet are Via Condotti in Rome and Bond Street in London. The Panerai retail network has been remarkably expanded over the last four years, with strategic openings on a worldwide level. This growth is joined by the opening of the new manufacturing facility at Neuchâtel, in Switzerland, 10,000 square meters in which to develop the entire creative, technical and production process. The design part is done in Milan, which is also the location of the marketing and communication divisions, because I believe that Italian identity is a fundamental value

for our product, which owes its appeal and individuality to design. This value has to be conserved and cultivated in cultural terms, so it cannot be separated from the Italian territory.

■ **FOR SEVERAL YEARS NOW OFFICINE PANERAI HAS DECIDED TO CONSOLIDATE ITS TIES WITH THE WORLD OF DESIGN. THIS IS DEMONSTRATED NOT ONLY BY THE COLLABORATION WITH PATRICIA URQUIOLA BUT ALSO BY OTHER INITIATIVES CONNECTED WITH THE MOST IMPORTANT SECTOR EVENTS. THE MOST RECENT PROJECTS?**

During the last two editions of the FuoriSalone in Milan we were on hand in the space of Rossana Orlandi, first with a work by Nacho Carbonell on the passage of time, and then with an installation that reproduced the SLC - "Siluro a Lenta Corsa" (slow torpedo), the so-called 'hog' with which the courageous divers of the Italian Navy performed their underwater feats. The latest initiative has involved Yves Béhar, to whom in December, during Design Miami, we assigned the Design Miami/Design Visionary Award presented by Officine Panerai. I admire this designer precisely for his ability to look to the future and create visions, more than objects, capable of improving everyday life.

■ **WHAT ARE THE NEXT CHALLENGES YOU WILL FACE FOR THE GROWTH OF THE BRAND?**

Panerai still has great potential that has not been totally explored and exploited, in my view, in relation to the high-end watch sector. We have as many as 20 movements which we own, and with innovation of forms and materials they can permit us to develop a larger, more diversified range of offerings. That's the product side. Then there is all the work on distribution, which we want to upgrade through stores with the Panerai name, to ensure the growth of the brand over the short and long term.

■ **ONE KEY WORD OF OFFICINE PANERAI IS INNOVATION. COULD YOU TELL THE READERS OF INTERNI, WHO MAY NOT HAVE IN-DEPTH TECHNICAL KNOWLEDGE OF WATCHES, WHAT INNOVATION MEANS IN THIS SECTOR?**

The innovation of Panerai watches develops through materials, certain particular features of the movement, and details that are often not visible but enable us to improve the aes-





thetic and qualitative aspects of the product. Innovation, in any case, always comes from an idea, which is first transferred to the designers who develop the brief, and then developed by technicians, who work on the definitive project. This is a very long, complex process: just consider the fact that a new watch movement, even if it is not extremely complicated, requires from three to five years of work. The form of the case, its size and proportions, depend on the movement. Just the development of the case requires at least one and a half years of technical and design work.

■ **WHAT DOES DESIGN MEAN TO YOU?**

Design excites me and at the same time reassures me, because it is always projected towards the future. Design, by definition, responds to concrete needs, but it combines utility with beauty and emotion. In general, I like all beautiful things that have a dimension of projection. For me, this is a fundamental factor: to get away from the past but also from the present, because staying anchored to the present prevents you from being able to look forward. ■

*View of the Panerai boutique in Florence, where the brand was born in 1860, inside Palazzo Vescoville. The facility has been recently renovated with a design by Patricia Urquiola, to whom Officine Panerai has assigned the creation of the new retail concept.*



# IT WAS A VERY GOOD YEAR

Fashion, architecture and design become a single whole in the **stages** of **Giorgio Armani** in **Milan**. Last year Armani celebrated 40 years of activity and the creative junction between contemporary spirit and historical memory

Projects by **GIORGIO ARMANI**

*photos by Davide Lovatti  
text by Antonella Boisi*





Views of the **Giorgio Armani boutique** on Via Monte Napoleone: the inner courtyard, the spaces on three levels (1082 m<sup>2</sup>), the new elliptical staircase.



The furnishings are part of the latest **Armani/Casa** collection, customized for the occasion. Above, from left, the Hyades lamp, the Armstrong carpet (in the blue/steel version); the Julie armchair (in a special color) and the Hack lantern in dove gray Murano glass. All inspired by the color effects of the Nabucco wallpaper on the walls (Armani/Casa Exclusive Wallcovering Collection in collaboration with **Jannelli & Volpi**).



This last year has been particularly intense for Giorgio Armani. He celebrated the (first) 40 years of activity of his company, in parallel with Expo Milano 2015, where he was a *Special Ambassador* for fashion, opening the new Silos display space and setting up – in the famous fashion show theater on Via Bergognone designed by Tadao Ando – the exhibition of the major contract interior design projects around the world (see INTERNI, June 2015), right next to the presentation of the new Armani/Casa collection. Not too far from this ‘personal’ district, on Via Monte Napoleone, he reopened the boutique in the historic Palazzo Taverna (where the poet Carlo Porta resided), a paradigmatic reflection of the crossovers and creative junctions of his work, projecting its lasting values of *savoir faire* and emotional intensity into the future. The architecture is sober and monumental at the same time; the spaces, on three levels, are connected by a majestic new elliptical metal





The exhibition for the opening of **Armani/Silos** on Via Bergognone was a trip through 40 years of work of the fashion designer, illustrated by 600 garments and 200 accessories, from 1975 to the present, selected in keeping with creative themes (exoticism, color effects, light, daywear).



Above, a ribbon window marks the perimeter of the building, on four levels, almost like a crown.

On the facing page: the central staircase that forms the internal circulation route through a vertical space, offering a view of the great height and size of the structure.

staircase, with a platinum finish and steps in extra-white onyx. The design is customized from space to space, enabling the garments on display to establish a dialogue and organize vibrant materic-chromatic plots together with the seating, lamps and carpets, all from the latest Armani/Casa collection, reinterpreted for the occasion. Every piece, in its own way, is a protagonist of the precious *mise-en-scene*, corresponding to a precise aesthetic philosophy: the pursuit of essence, free of ornament. If the ability of a fashion designer lies in capturing an atmosphere and transforming it into a trend, then Giorgio is a true master.

The dynamism that has always been an earmark of his work is epitomized by the Armani/Silos on Via Bergognone, an industrial structure from the 1950s transformed into a museum space, the result of restoration and conversion directly supervised by Armani, who comments: "I decided to call it Silos because it was a place to conserve

grain, a material for life. Just like food, clothing also serves us to live. Deciding what to exhibit and how, I had a chance to rethink 40 years of work. Even in fashion, which seems to live in an eternal present, remembering the way we were can help us to understand what we might become." Here the habitat conserves, first of all, the curious original form of the building, like that of a beehive; a compact mass interrupted by a ribbon window that marks the perimeter like a crown. The internal spaces have been organized according to a basilica layout, with a triple-height open 'forum' faced by the two levels of the lateral naves. The central staircase that connects the four levels offers a view, for those ascending it, of the great height and size (4500 m<sup>2</sup>) of the place, with its black painted ceilings, gray concrete floors, exposed iron structure, electrical, heating and cooling systems. The vision of a simple but majestic work of architecture, in full respect – as usual – for the *genius loci*. ■











# DesignING SHOOTING

Textiles, wallpapers, ceramics: the latest **finishes** to **update** and furnish spaces in the home and elsewhere. Proposals for new **looks** and new personalized **projects**

by Nadia Lionello  
photos by Simone Barberis

## RE-DRESSING THE HOUSE

*Leslie, bergère with external structural frame in expanded Baydur® covered in leather; internal counter-frame in Baydur® CSP coated with flameproof flexible polyurethane foam; filled with variable-density expanded polyurethane; removable cover in fabric or leather. Designed by Rodolfo Dordoni for **Minotti***

*From left, Margaritas drapes in 70% viscose 30% linen, inkjet printed with painting effect, h. 133 cm in two color variants, by **Dedar**. Reloaded, jacquard for coverings in 48% cotton, 33% linen, 19% viscose, with relief effect, h. 140 cm in 14 colors, pattern repeat 106x69 cm, by **Dominique Kieffer***

*From the Ragtime collection by Matgo Shelby for **Osborne & Little**, Ella jacquard for coverings in 38% viscose, 32% linen, 24% cotton, 6% polyester, h. 142 cm, in seven different colors. Linsmore Check fabric for coverings or drapes in 40% viscose, 32% cotton, 16% linen, 10% wool, 2% polyester, h. 140 cm, in six color variants, pattern repeat 10 cm, from the Malin collection by **Colefax and Fowler**. Terrazzo jacquard for coverings in 36% acetate, 33% cotton, 31% cupro, h. 140 cm, in 10 color variants, by **Rubelli**. Pixelè jacquard for coverings and decorative use in Trevira CS with pattern repeat 72x70 cm, h. 140 cm, in 10 colors, by **Dominique Kieffer**. Fahrenheit floor in porcelain stoneware, seven formats and seven different colors, by **Fiandre***



**DesignING**  
SHOOTING



Jasmine wallpaper in rolls of 53x100 or 68x823 cm, in three color variants, by **Jannelli & Volpi**. Vito adjustable stool with painted metal structure, seat in solid wood or painted MDF, by Atelier Studio Borella for **Area Declic**. Wall with Supercolor glossy/matte effect paint finish, available in the entire range of NCS®, RAL and Oikos colors, by **Oikos**. Picasso B asymmetrical décolleté inspired by Pablo Picasso in blue calfskin, glitter suede and spotted ponyskin, by **Giannico**.





From the Gio Ponti collection, Esagoni carpet in 30% natural silk and 70% Tibetan wool, spun and carded by hand, in the sizes 200x300 and 250x300 cm or made to measure, by **Amini**. Modo pure wool panama for coverings, h. 140 cm, in 25 color variants, by **Dedar**. Fahrenheit porcelain stoneware floor in seven formats and seven color variants, by **Fiandre**.









From left, detail of the Exa pattern, wallpaper made to measure in cotton-vinyl TNT, in three colors by **Wall&Decò** on rolls measuring 47 cm, the pattern can be adapted to the measurements of the wall. Croissant seat with structure in natural or blanched, stained or painted beech, seat and back padded and covered in felt, fabric, leather or eco-leather, by Emilio Nanni for **Billiani**. City Lights wallpaper on rolls from the Atmosphere collection by **Jane Churchill**, support in paper, 52 x 100 cm, with pattern repeat 52 cm, in five color variants. Cubiste roll wallpaper from the Fantastique collection by **Osborne & Little**, in TNT, 68.5x100 cm, in three color variants. 'Teste da pacco,' detail of the work by Laura Zeni made by **Wallpepper** on TNT with cotton fiber and cellulose base, PVC free, on 57 cm roll; the unique subjects by Wallpepper are adapted to wall size. Challon collection, floor in porcelain stoneware 60x60 cm and sub formats, in beige, cream e grey colors, by **Casalgrande Padana**.





Clockwise: Lindsey drapes in 58% polyester, 24% linen and 18% viscose, with pattern repeat 77 cm, h. 296 cm, in three color variants, from the Burton collection by **Larsen**. Sottoporte rug in pure tufted New Zealand wool, in two color variants or customized by request, by Seraina Lareida for **Portego**. Color Tiles, ceramic facing tiles, 20x20 cm matte-finish annealed ceramic with five compatible screen-printed patterns for vertical or horizontal matching. By Scholten & Baijings for **Ceramica Bardelli**. From the Rombino collection, Triangle facing tile in porcelain ceramic with relief decoration formed by 5 or 3 elements; the collection also includes tiles and mosaics, all coordinated, in five color variants. By Ronan&Erwan Bouroullec for **Mutina**.





Sparkling polyester drapes, h. 320 cm, in two colors, by Aggebo & Henriksen for **Kvadrat**. Rewind hexagonal tiles in fine porcelain stoneware, batch-colored in three shades, by **Ragno**. Gemma armchair with structure in polystyrene and polyurethane composite, covered in shaded fabric in 10 color variants, solid tones or leather, by Daniel Libeskind for **Moroso**. Wall with Supercolor glossy/matte effect paint finish, available in the entire collection of NCS®, RAL and Oikos colors, by **Oikos**.





Micromega carpet, 300x250 cm, in pure tufted bamboo silk, carved by hand, also available in the version with black background and white design, from the collection by Daniel Libeskind for **Loloey**. Alpha-Check 2.0, fabric for coverings or decorative use in pure cotton, h. 140 cm, in 18 color variants, from the Core Classic collection by **Nya Nordiska**. Naive Slimtech, ultrathin stoneware sheets with possibility of extra-large formats (up to 3x1 m) with digital print decoration in black, blue, grey, earth, by Patrick Norguet for **Lea Ceramiche**.





Turner drapes in 100% Trevira CS polyester, h. 300 cm, in four color variants with shaded printing, by **Kinnasand**. Left, wall with Supercolor glossy/matte effect paint finish, available in the entire collection of NCS®, RAL and Oikos colors, by **Oikos**. Right, Materika, wall with 40x120 cm tiles in white single-fired ceramic, thickness 6 mm, with 3D decoration in five color variants, by **Marazzi** (winner of the Ceramic Design Award 2015).



# STILE & STILI

**Trends** in contemporary entertaining, narrated in Milan's flagship stores of excellence of Made in Italy, for the circuit of events **"At the table. Nourished by design"** organized by Interni with Homi

by Carolina Trabattoni  
photos by Saverio Lombardi Vallauri





Dreamy and disorienting, the setting created by **Meridiani** with a wink at the work of Daniel Spoerri, plates, flatware and glasses become a vertical installation in the Hardy bookcase by Andrea Parisio.

Protagonists: the Labirinto china by **Richard Ginori** inspired by a drawing by Gio Ponti from 1926, the Cirque des Merveilles bowls, also by **Richard Ginori**, the Keytleri Gold flatware by **Seletti**, the objects Fleur, Petalo and Reggia by **Daniele Papuli**.

In the foreground, Plinto, the tables by Andrea Parisio marked by clean lines and formal rigor, offering infinite compositional and materic possibilities: in the photo, the rectangular and octagonal lacquered versions. Spun Light for **Flos**.







A maxi-setting that changes color and form and magically multiplies: the infinite table by **Driade**. The protagonist is *The White Snow* by Antonia Astori, seen in all its interpretations: from the neo-romantic idea of Laudani & Romanelli to the white and blue decorations with an oriental flavor by Paola Navone, and the pictorial suggestions of Vittorio Locatelli. On three *Gazelle* tables by Park Associati, alternation of the *White Snow* collection with glasses by Ron Gilad, flatware by Philippe Starck, centerpieces by Borek Sipek, vases by Philippe Bestenheider, and the 'lace' plate mats by Galante & Lancman.











At **Natuzzi** Italian style is lined to Apulian identity, thanks to projects by Claudio Bellini, StudioMEMO and Bernhard & Vella that narrate the company's world, starting with the dining area and reaching the living room and the bedroom zone. The settings are made with objects from the **Natuzzi** collection: a materic approach for Bellini, on the Ramo table (left), with olive wood underplates and Grottaglie ceramics; decor for StudioMEMO, on the Omega table (right), with colored underplates and ceramic plates, also from Grottaglie; neo-charm for Bernhard & Vella, on Accademia tables with photographs of the Apulia landscape and spheres in yellow and grey glass.









At **Zucchi Bassetti** creative and handmade settings, thanks to prints from the Zucchi Collection of Antique Handblocks, the largest of its kind in the world, for hand printing of fabrics, from 1785 to 1935. Decorations were selected from the collection to make the tablecloths, printed on white linen: fish from the island of Java, tropical fruit from England at the turn of the 20th century, tennis players taken from blocks of wood, pewter and brass in the London workshop in 1870. Various proposals for the table by **WMF** from the convivial setting (right) to the tea ritual, all the way to the table-laboratory with high-tech cooking gear.



For the cycle of events "Stile & Stili" we would like to thank: the **Alberto Longo** and **Orsolani** wineries, **S.Pellegrino** and **Acqua Panna**.

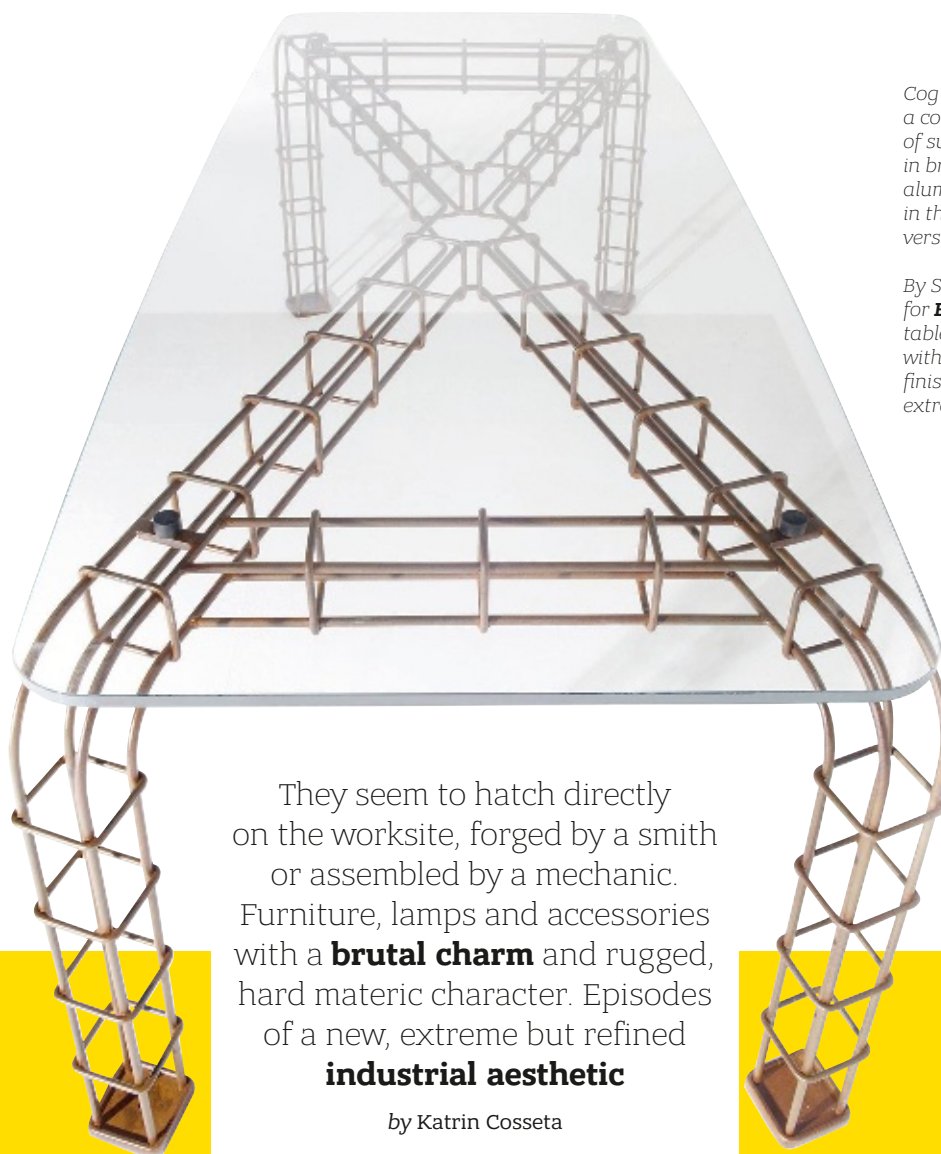








## DESIGNOFFICINA



Cog by **Tom Dixon**, a collection of suspension lamps in brass-plated aluminium, in the Stack, Dome versions Cone.

By Simone Micheli for **Barel**, the Incontro table in forged rod with natural rust finish, top in tempered extra-clear glass.

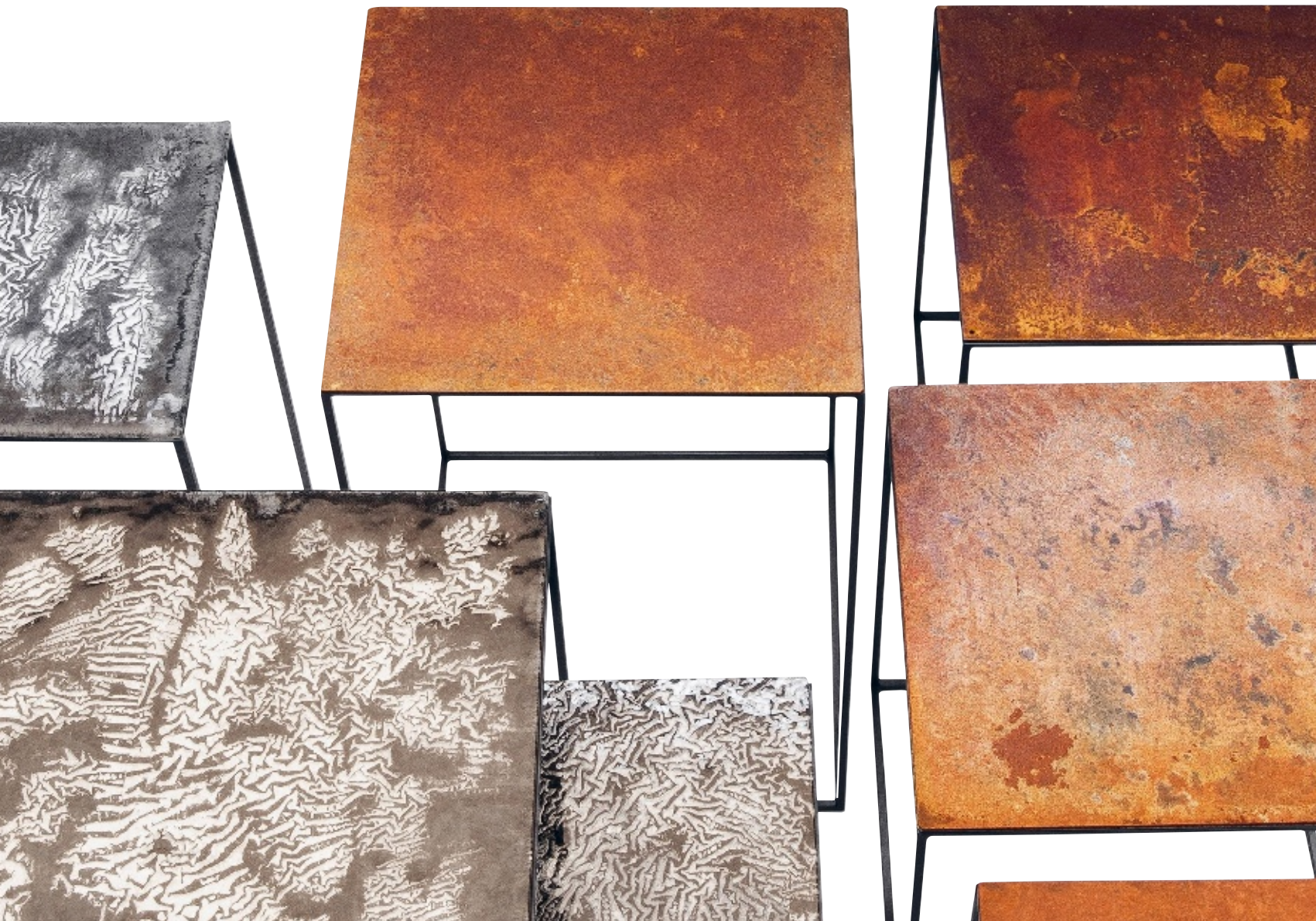
They seem to hatch directly on the worksite, forged by a smith or assembled by a mechanic. Furniture, lamps and accessories with a **brutal charm** and rugged, hard materic character. Episodes of a new, extreme but refined **industrial aesthetic**

by Katrin Cosseta



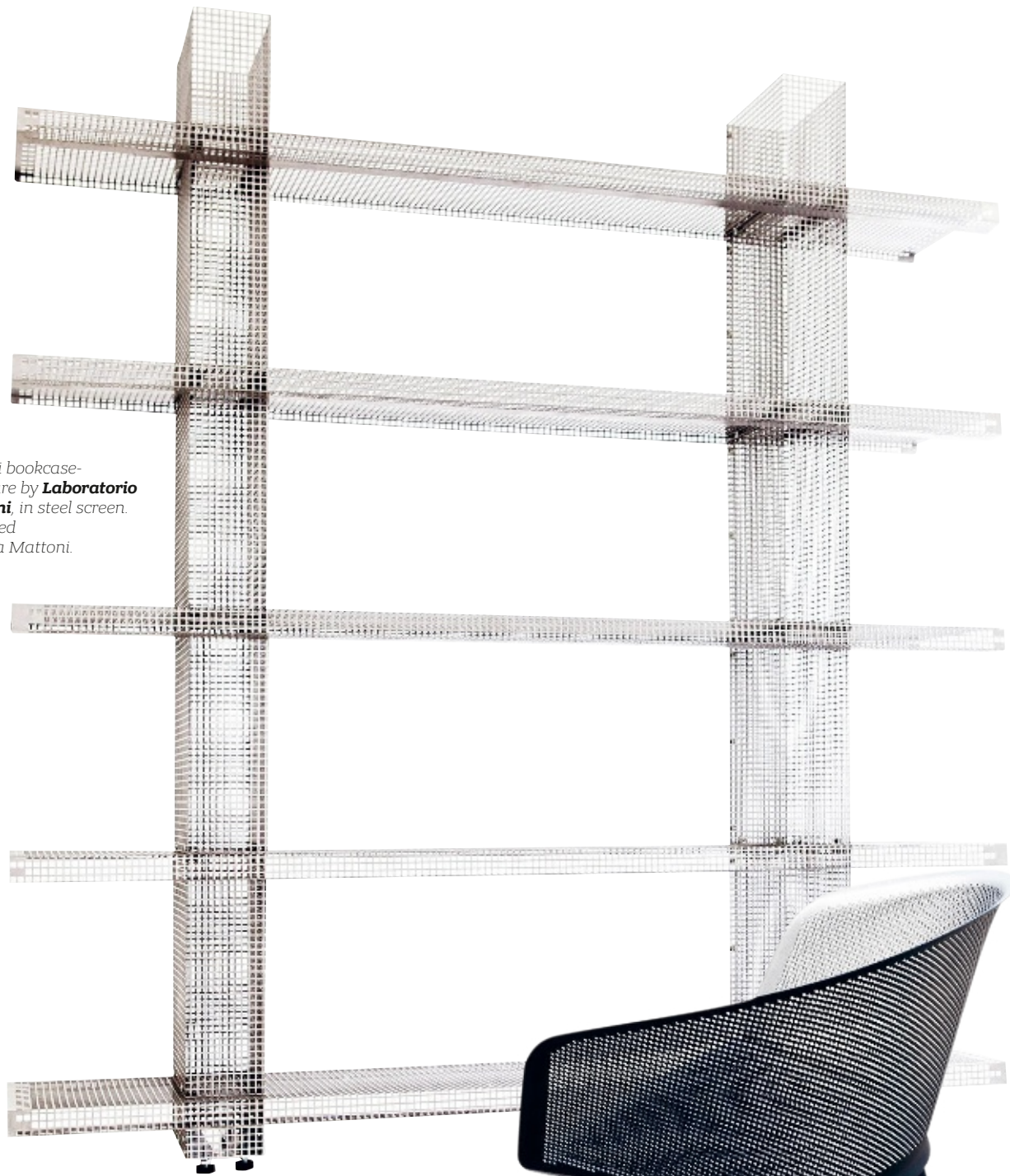
By **Karman**, the *Mek* ceramic suspension lamps (designed by Stefano Bizzarri and Claudio Cinti) reference mechanical parts, and the *Nando* gold-finish suspension (designed by Luca De Bona and Dario De Meo) is inspired by the joints of scaffolding.

Tables from the *Slim Irony* collection by Maurizio Peregalli for **Zeus**, now available in the *Zeus Art* variant, with special rust treatment for the top, or double glass with internal film.





*Intrecci bookcase-sculpture by **Laboratorio Mattoni**, in steel screen. Designed by Luca Mattoni.*



*Stampa outdoor chair by Ronan&Erwan Bouroullec for **Kettal**, made with different techniques of working aluminium: seat and back in punched aluminium sheet, thermoformed legs.*



*Cantiere adjustable floor lamp by Alberto Ghirardello for **Zava**, available in two formats and with removable grille.*





Light Forest component system for walls and ceilings, by Ontwerpduo for **&Tradition**, in aluminium, painted copper and ABS.

Stitch chair by **Ethimo**, stackable outdoor chair with tubular frame, seat and back in metal screen, accessorized with thermoformed cushion. Available in red, white and gray.



Work is over armchair by **Diesel Living with Moroso**, with structure in perforated sheet metal, covered in leather or fabric, and in waterproof fabric for outdoor use. Available in different colors and finishes.

Sniper by David Adjaye for **Sawaya&Moroni**, a table in thick steel, top with curved edges, in high or low versions.



Elle table lamp by **Natuzzi**, Natuzzi Italia collection, in bent metal painted in the matte colors white, blue, black, coffee.





Albatros, Condor and Aquila by Emiliana Martinelli for **Martinelli Luce**, suspensions in gray or anthracite aluminium, with LED source and built-in power supply.



Panda by Paola Navone for **Cappellini**, a collection of small tables and cabinets with four-leg base in shiny cast aluminium, body covered in laminate with pattern or solid color by **Abet Laminati**.

Officina chair by Ronan&Erwan Bouroullec for **Magis**, with structure in galvanized or painted iron, seat and back in polypropylene.





ZigZag bookcase by Konstantin Grcic for **Driade**, designed in 1996, now updated in terms of technologies and finishes. Structure and shelves in black, white or bronze painted steel (the latter with wooden shelves), or in mirror-finish stainless steel. Sheet steel bookends coated with epoxy powders in a range of colors.

Benna bench by Lorenzo Damiani for **Daa**, metal plate in bent and laser-cut sheet metal, made using molds for the production of agricultural buckets.

Double Life by Matali Crasset for **Danese**, multifunctional cabinet with removable lateral and upper trays, in aluminium with magnetic fastener.





## DesignING REVIEW

*Navigli bookcase  
by Massimo Castagna  
for **Gallotti&Radice**,  
with structure and shelves  
in hand-burnished copper.*

*From the Morphosis  
collection designed  
and produced by **Mario  
Milana**, the Tiramisù  
tables in oxidized metal.*

*Flaxx chair by Martin  
Mostböck for **Moroso**,  
with chassis formed  
by a pad in natural linen  
fiber and textile  
polypropylene, 100%  
recyclable, molded  
in a stable three-  
dimensional form  
by pressing multiple layers  
of the material.*







Loft suspension lamp by **Il Fanale**, in iron and brass with cast brass joints. The collection also contains appliques, ceiling and table lamps.

Tauber cabinet on bench, by Sebastian Herkner for **Pulpo**, in powder-coated or galvanized sheet metal.

Desk with drawer in vintage pine and metal, by **Dialma Brown**.

Pensando ad Acapulco armchair by Ivdesign for **De Castelli**, with iron legs and conical seat in shiny copper and brass.





## INTOPICS EDITORIAL

### P1.

La filosofia 'sharing' sta trasformando la società. Lavoro, finanza, consumi, turismo, cultura: tutti gli ambiti ne sono interessati. E se questo succede è proprio perché a monte di tutte le attività, a livello di progetto, si afferma sempre più il principio della condivisione. A questo macro-tema ci siamo ispirati in questo numero internazionale in lingua inglese, che propone una serie di riflessioni critiche sulle trasformazioni operate dalle nuove modalità partecipative nel mondo del design contemporaneo. Dai digital media all'open design, dal coworking ai modelli di consumo 2.0, quello che emerge è un quadro in profondo mutamento, che ridisegna il fare progettuale sia a livello di approccio che di linguaggio. Passando alla scala dell'architettura, Francis Kéré racconta la sua personale visione della condivisione, intesa come possibilità di fondere i principi della professione con i valori del sociale. La rassegna del numero prosegue con realizzazioni che si avventurano nella sperimentazione tipologica e materica legata al tema del riuso del manufatto architettonico. Da Londra a Milano, dalla Spagna alla Svizzera, il progetto ritrova così, con personali linee di lavoro, radici culturali e figurative che consentono esperienze dinamiche degli spazi abitativi, aprendosi alla condivisione di contesti, città e paesaggi specifici. A chiudere il numero è, infine, un focus sulle ultime tendenze dell'arredamento: quella di tessuti, carte da parati e materiali di rivestimento, sempre più protagonisti in una casa che pare avere ritrovato il piacere di un caldo e avvolgente total look. E, per contraltare, quella di mobili, lampade e complementi dalla matericità grezza che sembrano nati direttamente in cantiere, interpreti di una nuova e raffinata estetica industriale. *Gilda Bojardi*

**DIDASCALIA:** Nell'immagine: la casa a Olot, in Spagna, ristrutturata e reinventata nei suoi spazi interni da RCR Arquitectes. Foto di Eugeni Pons.

## PhotographING EXPLORATIONS

### P2.

#### La ricerca delle origini di Elisabetta Lattanzio Illy

“Se nel nostro mondo ‘civilizzato’ i bambini pensano che il cioccolato nasca da una mucca color lilla, dall'altro lato del Pianeta le persone che coltivano e raccolgono i semi di cacao non hanno mai assaggiato un pezzo di cioccolato”: Elisabetta Lattanzio Illy, fotografa e giornalista, esprime con questo paradosso l'intuizione che l'ha portata a creare Manus Loci, una onlus che ha lo scopo di divulgare in Occidente la conoscenza dei popoli da cui provengono le materie prime che impieghiamo quotidianamente, alimentari e non. Caffè, tè, cacao, riso, ma anche caucciù, sono l'unica ricchezza di tanti popoli di cui non si conosce quasi nulla: sotto questa coltre di opacità nascono sfruttamento e ingiustizie. Elisabetta Lattanzio Illy intende aprire, con il suo lavoro di reporter, attraverso mostre e iniziative, uno spiraglio di luce, un canale di conoscenza che arricchisca noi e loro. In queste pagine le immagini raccontano un suo viaggio in Indonesia, presso la popolazione Toraja, che coltiva riso e che esprime la sua cultura millenaria con straordinarie architetture spontanee. [manusloci.org](http://manusloci.org)

**DIDASCALIE:** pag. 3 Indonesia, isola di Sulawesi, zona di Toraja: la popolazione è dedita alla coltivazione del riso, condotta ancora con metodi manuali arcaici. pag. 5 Una testa di bufalo, simbolo di prestigio e potere, orna l'abitazione finemente decorata di una famiglia Toraja. Il bufalo è il perno della civiltà Toraja, anche se non viene impiegato per il lavoro. pag. 7 I villaggi Toraja ricordano una flotta di navi: la popolazione abitava sul mare ed era dedita alla navigazione. Rifugiatasi tra i monti, non ha mai voluto abbandonare la memoria del passato, mantenendo nelle case la forma delle antiche navi. pag. 9 Anche nei cimiteri Toraja le urne richiamano le sagome delle case-barca: l'ultimo viaggio viene accompagnato dal sacrificio di numerosi bufali, quanto più la famiglia del defunto è importante. I Toraja sono di religione cristiana, con forti influssi animisti.



## INSIGHTS VIEWPOINT

### P10. GUERRE SANTE

di Andrea Branzi

DOPO L'ULTIMO ATTACCO TERRORISTICO A PARIGI, PARECCHI CITANO 'LE RADICI DELL'ODIO. LA MIA VERITÀ SULL'ISLAM' (RIZZOLI, SETTEMBRE 2015), RACCOLTA POSTUMA DI PEZZI DI ORIANA FALLACI, CHE FA VENIRE I BRIVIDI. PERÒ, PARE NON SIA ESAUSTIVO NEANCHE IL PENSIERO RADICALE DELLA CELEBRE GIORNALISTA...



Il fenomeno della violenza terroristica, ricorrente e imprevedibile, non dev'essere interpretato secondo i canoni della vecchia sociologia, che tutto spiega e tutto giustifica, isolando i singoli eventi collegandoli a cause sociali specifiche. Le motivazioni religiose, come quelle ideologiche, niente hanno a che vedere con l'esplosione di questi giacimenti profondi di violenza: i terroristi sunniti, sciiti, curdi, ceceni, i kamikaze islamici, non sono poi così diversi dai nostri vecchi terroristi – di destra o di sinistra – e perfino dagli hooligans, dagli skinheads, dai black-blocks, dai 'fucilieri' di Columbine (Colorado) o di Utoya (Norvegia): tutti costoro sanno benissimo che le loro gesta non otterranno mai risultati generali, ma saranno soltanto l'occasione per presentarsi non come carnefici, ma, al contrario, come 'vittime', come 'martiri' della violenza del sistema. Questo desiderio generazionale di morte, di eroismo, di martirio (proprio e degli altri) non è il frutto di una teologia, ma, piuttosto, dall'assenza totale di questa: l'odio che essi manifestano è il risultato di un amore tradito, di una integrazione mancata, che li spinge a 'cercare' la morte – propria e degli altri – per emergere dall'anonimato di massa, dall'indifferenza generale, offrendo in cambio soltanto il terrore che riescono a diffondere. Di fronte a questo scenario di sangue e di morte, colpisce l'indifferenza sostanziale degli intellettuali, degli artisti, dei progettisti, che si limitano a esibire condoglianze di rito, sicuri di essere sempre dalla parte della ragione e della giustizia. Così l'Occidente, invece di procedere potenziando il lavoro di intelligenza, è tentato di reagire inviando le 'cannoniere', in una guerra che non troverà mai i propri nemici. Il Vietnam e l'Afganistan non hanno proprio insegnato niente a nessuno?

**DIDASCALIA:** pag. 11 *Andrea Branzi, Nature Morte, 2014.*



## Focusing TALKING ABOUT

### P12. FRANCIS KÉRÉ: LA MIA AFRICA

testo di Laura Ragazzola

foto di Erik-Jan Ouwerkerk, Kéré Architecture

LO STUDIO È A BERLINO, BANDIERA DELLA GERMANIA GLOBALIZZATA. IL CUORE, INVECE, FRA LE **COMUNITÀ POVERISSIME DEL BURKINA FASO**, DOVE È NATO. **L'ARCHITETTO AFRICANO CI RACCONTA LA SUA STORIA (DI SUCCESSO)**, VISSUTA FRA MONDI COSÌ DIVERSI E LONTANI

Abbiamo incontrato Diébédo Francis Kéré al Campus Vitra di Weil am Rhein, in Germania dove è stato presentato un suo innovativo store per la vendita al dettaglio. Ma è dell'Africa che ha voluto parlarci. Lì, infatti, è nato (a Gando, un villaggio di 2.500 anime sperduto nella Savana del Burkina Faso) e lì ritorna, appena può, per condividere con la sua gente tutto quello che ha imparato in Europa. Dove è ormai un progettista affermato.

**■ ARCHITETTO PERCHÉ HA DECISO DI CONCENTRARE I SUOI SFORZI SOPRATTUTTO NEL CONTINENTE AFRICANO E IN PROGETTI SOCIALI?**

L'Africa ha bisogno di noi molto più che l'Europa. E poi è il mio Paese, il luogo dove sono nato. Nel mio villaggio non c'era nulla, né scuole,

strutture sanitarie, centri sociali. Grazie a una borsa di studio, ho potuto studiare in Europa, a Berlino, e diventare architetto. Ma fin dall'inizio ho pensato che avrei dedicato gran parte della mia attività professionale a realizzare nei luoghi della mia infanzia quelle infrastrutture di cui io stesso avevo sentito la mancanza. Pensi che già da studente avevo fondato un'associazione no profit, 'Schilbausteine für Gando' (Bricks for Gando, ndr), per raccogliere fondi per il mio villaggio. L'obiettivo, allora come oggi, è migliorare la qualità di vita della mia gente. Costruire opere utili, ma anche belle e di qualità: che poi è la vera, unica, semplice ragione della mia professione.

**■ IN GENERALE, RITIENE CHE L'ARCHITETTURA DEBBA RITROVARE UNA SUA 'UMANITÀ'?**

Oggi è difficile definire l'architettura 'a misura d'uomo', perché molto volte è solo fine a sé stessa, troppo esclusiva, anche per i costi. Mettersi a 'servizio delle persone' non vuol dire produrre edifici di lusso dove abitare, ma soddisfare le esigenze di chi vi abita. In ogni caso guardiamo i fatti. Nel mondo ci sono persone che abituati a standard più elevati e altre che vivono con molto meno: la cosa più importante è trovare un giusto equilibrio senza mai dimenticare che dovunque si può fare un'architettura 'utile', in grado di affrontare e risolvere i problemi futuri del costruire ...

**■ COME PER ESEMPIO QUELLI LEGATI ALLE PROBLEMATICHE AMBIENTALI?**

Certo. Quando noi pensiamo al futuro, in realtà stiamo pensando a come poter avere una vita di qualità. Questo è il nostro obiettivo. E per raggiungerlo, secondo il mio modo di pensare – ma dovrebbe essere quello di tutti – il punto centrale è rispettare l'ambiente, averne cura, che per noi progettisti significa concentrarsi su dove si costruisce, e su come lo si fa. In altre parole non dobbiamo solo parlare di sostenibilità in modo astratto, ma modificare in modo concreto il nostro modo di vivere, di progettare, di realizzare edifici perché le risorse del nostro pianeta stanno diminuendo e dobbiamo farne un uso parsimonioso. Dovunque: nei Paesi più fortunati dal punto di vista economico e in quelli più poveri perché il destino è comune. C'è bisogno di





un approccio olistico da parte dell'architettura, che coinvolga ogni aspetto a 360 gradi: si parte dall'uomo per arrivare all'ambiente, allo studio del luogo, delle sue condizioni climatiche, delle sue risorse naturali e culturali...

■ **COSA SIGNIFICA CONCRETAMENTE?**

Quando vado a fare un sopralluogo per un nuovo progetto la prima cosa che faccio è osservare il sito: l'obiettivo è scoprire quello che la natura può offrire – per esempio, per quanto riguarda i materiali –, poi studiarne le condizioni climatiche, quindi analizzare il potenziale delle comunità locali – il livello dell'artigianato o della manodopera, tanto per citare due aspetti importanti. E' tutta una questione di risorse. Non potrei mai andare in Africa, prendere l'argilla, portarla a Berlino per costruire una casa e poi dire che ho realizzato un progetto sostenibile. Sicuramente l'argilla è un materiale naturale, ecologico, ma è perfetto in Africa: qui,



a Berlino, bisogna trovare altro. Ecco, per me questo è un modo di fare architettura responsabile...

■ **LEI PROGETTA SIA IN EUROPA SIA IN AFRICA. QUAL È LA DIFFERENZA?**

In Africa, dove c'è bisogno di tutto e non si hanno molte disponibilità economiche, si impara a non sprecare nulla e a sfruttare quello che si ha. Non è impossibile usare anche in Europa questo tipo di approccio, ma naturalmente va adattato al contesto. Ad esempio, nel progetto che ho realizzato al Campus Vitra, in Germania, ho usato legno lamellare grezzo, un materiale 'povero', naturale, che in loco era facilmente reperibile, e quindi sostenibile. Non si può pensare che dal momento che il committente è Vitra dobbiamo usare materiali necessariamente costosi! Si può egualmente arrivare a risultati che 'stupiscono' grazie a scelte tecnologiche sofisticate, lavorazioni eccellenti e soluzioni costruttive d'alta qualità. Dall'Africa arriva poi altro importante insegnamento: imparare a condividere il lavoro. Nei progetti che ho realizzato nel mio villaggio, in Africa, ho coinvolto tutti gli abitanti: si è creato un processo collaborativo che ha reso la comunità orgogliosa, così emotivamente coinvolta da assicurare la riuscita stessa del progetto. Per concludere: quando lavori in Africa hai la sensazione di essere utile alla collettività, ed è una gratificazione bellissima che ti riempie di energia. Quando torni in Occidente sai di avere a portata grandi risorse economiche e tecnologiche, e anche questo ti dà molta energia. Sono due mondi differenti, ancora lontani purtroppo, ma che tuttavia condividono un unico, importante, strategico obiettivo: far star meglio le persone.

**DIDASCALIE: pag. 13** In queste pagine alcune immagini del 'Centre de Santé et de Promotion Sociale' nel villaggio di Laongo, non lontano dalla

capitale del Burkina Faso. L'edificio è realizzato con laterizio forato rivestito di argilla, che conferisce elevate performance termiche. Nella foto in basso a sinistra, lo studio berlinese dell'architetto Francis Kéré.

**pag. 14** 'L'esplosivo' dell'installazione 'Canopy', curata dall'architetto africano per il Louisiana Museum of Modern Art, a Humlebaek, in Danimarca. Proprio come il 'baldacchino' di un grande albero, il progetto suggerisce un riparo naturale alle intemperie e al sole, offrendo ai visitatori informali sedute, che raddoppiano visivamente sul pavimento lo schema lineare del soffitto (a destra e foto piccola in basso)

**pag. 15** Rendering e plastico del progetto del 'Benga Riverside Residential Community' in Mozambico. L'obiettivo è realizzare un 'eco-quartiere' che celebri le bellezze paesaggistiche del sito, utilizzando materiali locali per costruire case sostenibili e a bassa manutenzione. Due rendering del 'Meroe Royal Baths Protective Shelter' a Meroe, in Sudan, l'antica città risalente al I secolo dopo Cristo e oggi Patrimonio dell'Unesco. Il progetto prevede una struttura protettiva contro venti e intemperie per i 'Royal Baths', che verrà realizzata con una spessa parete di mattoni di fango, capace di controllare l'umidità interna e la ventilazione naturale.

## P16. FUTURO CONDIVISO

di Stefano Caggiano

IN UN **PRESENTE CHE SI DILATA**, MA NON AVANZA, GLI ATTI DI 'CONDIVISIONE' (ANCHE PROGETTUALE) ALIMENTANO IL **GERMOGLIARE DIFFUSO** DEL DOMANI

Nella nostra epoca è il paradigma della rete a definire la forma della cultura. 'Rete' intesa non solo come infrastruttura telematica ma, soprattutto, come flusso di senso 'ramificato' che innerva l'agire degli attori culturali. All'interno di questo nuovo paradigma il tempo di dispiegamento dell'azione progettuale non ha più la forma di una sequenza lineare, e somiglia piuttosto a un pullulare di 'eventi' diffusi, non cumulabili, in perenne reazione l'uno sull'altro. La risultante è un 'presente continuo' che, non più delimitato da un passato posto 'prima' e un futuro posto 'dopo', si allarga a rete, mettendo in connessione tutto e il contrario di tutto. Risiede qui la questione filosofica centrale della cultura del progetto contemporanea. Da che parte indirizzare, infatti, l'azione progettuale in un contesto che, come l'universo, si espande in ogni direzione senza mai uscire da se stesso? Ma se l'impasse è epocale, epocale è anche la misura di quella che sembra esserne oggi la soluzione. È infatti lo stesso collasso della temporalità progettuale che, se da una parte si schiaccia sulla dilatazione orizzontale



perdendo sviluppo verticale e profondità, d'altra risulta, proprio per questo, perfettamente idoneo a un diverso tipo di evoluzione, che non ha più la forma di un avanzamento lineare ma di una 'crescita' arborente alimentata dalla condivisione reticolare di idee, progetti, pezzi di percorso da fare insieme per poi disperdersi lungo traiettorie divergenti. Dagli atti minuti di pubblicazione di un post, alle grandi sinergie occasionate da eventi specifici (si pensi all'importanza del project management), fino alle azioni improntate alla nuova sostenibilità smart, social, ciclabile e riciclabile, le azioni di condivisione costituiscono il vero sistema nervoso della cultura della rete. Ed ecco allora che un'azienda come Lago, tra le più consapevoli sul fronte della sostenibilità (anche culturale), si sta molto occupando di spazi dedicati al coworking, luoghi di condivisione 'terzi' fra la casa e il lavoro che occorre ri-





pensare come zone di transito semi-permanente in cui allestire situazioni di benessere agile e sereno, connesso e operativo. Perché è proprio in simili crogioli allestiti appositamente per favorire la condivisione di forze e debolezze che il presente – non più rimpiazzabile da un futuro ‘dato’ – può crescere sotto forma di germogliare diffuso di boccioli progettuali, la cui sommatoria, ancorché non riassumibile in una totalità unica, alimenta comunque lo stato di trasformazione continua della realtà: la sua apertura verso quello che, se non un vero e proprio ‘futuro’, non è comunque nemmeno esattamente un ‘presente’. Significativa, a tale proposito, l’attenzione di Francesco Morace e del suo Future Concept Lab al tema della crescita, cui è stato dedicato di recente anche un festival. Né è un caso il crescente investimento del design in modelli di progettazione condivisa derivati da una distribuzione orizzontale delle risorse invece che da un aristocratico isolamento del genio creativo. È questo il caso del ‘made in Italy 2.0’ di brand come Internoitaliano e Ilide, ‘fabbriche diffuse’ coincidenti con la stessa nella rete di relazioni tra artigiani e designer che esse abilitano, intesi come risorse distribuite non secondo il modello della filiera ma secondo quello della rete. Perché parlare di crescita (orizzontale e reticolare) invece che di sviluppo (verticale e lineare) vuol dire infine parlare di pluralità invece che di individualità, di sinergie invece che di energie, di collaborazioni attivate su progetti (e quindi costitutivamente ‘proiettate in avanti’) invece che di processi statici tenuti forzatamente in funzione. Tutto ciò rappresenta una grossa sfida per il design, che, in particolare nel caso italiano, ha sempre contrapposto la qualità alla quantità, ma che, d’altra parte, ha sempre prestato massima attenzione all’evoluzione della cultura e della società. E ciò che la cultura e la società stanno dicendo oggi è la transizione verso modalità di condivisione e generazione partecipata del senso secondo quel modello 2.0 in cui prodotti e linguaggi non sono più semplicemente ‘offerta’ alle persone ma generati insieme a loro, fatti germogliare dalla

condivisione orizzontale di entusiasmi reciprocamente coinvolti nel tenere insieme quella dimensione di senso che nel design vive e che il design fa vivere.

**DIDASCALIE: pag. 17** Nella serie *Hide and Seek* il fotografo polacco Kamil Kotarba ha ritratto in forma satirica il gesto, sempre più diffuso, che spinge a controllare lo smartphone in modo continuo e compulsivo.

**pag. 18** Lampada a sospensione *Flux I*, di John Procario, ricavata da uno ‘sforzo’ sul materiale privo di interruzioni il cui esito estetico cambia a seconda dei punti di vista. La bicicletta *Aero* con telaio in legno lamellare, la cui forma è generata attraverso la simulazione delle forze tipicamente impartite al veicolo. Concept e design: Martino Hutz (Martino Hutz Architecture). Sviluppo e ingegnerizzazione: Atanas Zhelev e Mariya Korolova (Digital Architects). Progetto realizzato in collaborazione con: Università di Arti Applicate di Vienna, Istituto di Architettura, Studio Zaha Hadid; Maveo.net; Altair Engineering; Hoeller. **pag. 19** L’installazione ‘Ciclotrama’ dell’artista brasiliana Janaina Mello Landini restituisce un’idea di connessione allo stesso tempo ‘sinaptica’ e ‘arboricola’, proprio come quella del web.

## P20. SEMPRE CONNESSI

di Valentina Croci

**INTERNET** E I **SOCIAL MEDIA** ATTUANO UNA RIVOLUZIONE LA CUI PORTATA È ANCORA DA CAPIRE. **INFLUENZANO** NON SOLO IL **MODO DI PROGETTARE** CHE DIVENTA DIGITALE, CONDIVISIBILE E MODIFICABILE DALLA COMUNITÀ IN RETE, MA ANCHE I **PROCESSI DELL’INDUSTRIA** TRADIZIONALE E LA RELAZIONE CON IL CONSUMATORE FINALE

### PROGETTAZIONE E SOCIAL MEDIA

Siamo connessi ventiquattro ore su ventiquattro attraverso internet e i social media. Ciò influenza la nostra relazione con gli oggetti e le dinamiche delle filiere produttive. Ma non sono tanto i prodotti a essere rivoluzionati, quanto l’esperienza con questi e il coinvolgimento dell’utente. Ne parliamo con **Stefano Mirti**, docente di design e architettura a mezzo dei nuovi media e consulente strategico per gli ambiti web, digital e social.



■ **NEGLI ULTIMI ANNI ABBIAMO ASSISTITO A UN AUMENTO ESPONENZIALE DELLE RETI E DEI SOCIAL MEDIA. CHE TIPO DI INFLUENZA HANNO AVUTO SUL LINGUAGGIO E LA PRATICA DEL DESIGN DI PRODOTTO?**

Intere filiere produttive sono state stravolte, basti pensare alla musica o fenomeni quali Amazon o Airbnb. La rivoluzione procede in maniera inarrestabile. Ma da questo punto di vista, il design di prodotto non è in prima linea. I casi più interessanti sono quelli in cui si usano i nuovi media per sostenere ed espandere modalità produttive tradizionali. La Lego, per esempio, ha superato la crisi con una strategia imperniata sul web e poi sui sistemi relazionali delle community social. Tutta-





via, questo intelligente uso del digitale serve a continuare a vendere gli stessi mattoncini di plastica. Sul design di prodotto i cambiamenti in atto generano fenomeni di nicchia, come start-up che lanciano merci usando piattaforme di crowdfunding o multinazionali che consentono di personalizzare gli oggetti acquistati, la Nike per tutti. Ma in termini assoluti, usiamo i fatturati come parametro di riferimento, si tratta di fenomeni che erano marginali dieci anni fa come oggi. I cambiamenti sono riferiti più all'espandersi delle possibilità. Se sono a Milano, posso comprare su Amazon Prime e ricevere l'acquisto in un'ora. Ikea mi consente di progettare tutta la casa da solo grazie a un'interfaccia molto semplice. Lulu può farmi stampare un libro con infinite possibilità di scelta (formati, rilegature, numero di copie, ecc.). Nel consumatore si forma l'idea che è possibile avere tutto. A un costo basso e in tempi brevissimi. Senza dover uscire da casa.

■ **SONO NATI NUOVI LINGUAGGI ESPRESSIVI?**

Facebook e Instagram stanno ridefinendo il nostro immaginario visivo. La rivoluzione è così forte che non ce ne rendiamo conto. Se la nostra fruizione di immagini è veicolata da Instagram, il nostro immaginario sarà diverso da quello che veniva definito dalla rivista illustrata degli anni Sessanta del secolo scorso. Quando Garage Italia lancia la 500 Star Wars, fa partire un fenomeno di viralità social molto forte con l'obiettivo non di vendere l'auto, quanto di generare 'brand awareness' per la 500 e per Garage Italia.

■ **COME CAMBIA LA RELAZIONE TRA OGGETTO, UTENTE ED ESPERIENZA NELLA PROGETTAZIONE 2.0?**

La relazione viene stravolta. Nel mondo dei social "the community is the message". I progettisti e produttori che non sono in grado di dialogare con gli utenti non riescono a stare al passo con le nuove richieste di valore simbolico.

■ **NELLA FASE ATTUALE CI TROVIAMO DI FRONTE A UN VECCHIO SISTEMA COMPOSTO, PER ESEMPIO, DI INDUSTRIE BASATE SU INFRASTRUTTURE, IMPIANTI PRODUTTIVI E PRATICHE BUROCRATICO-FINANZIARIE, E A UN 'NUOVO' CORRISPONDENTE AD AMBIENTI IPERDIGITALIZZATI, SMARTPHONE COSTANTEMENTE COLLEGATI A SENSORI E APP. QUALI SCENARI PER IL FUTURO DEL DESIGN DI PRODOTTO?**

Il nuovo non cancella il vecchio e neppure lo rende obsoleto, semplicemente definisce un nuovo livello. La sfida non è quella di progettare il divano del futuro fatto di sensori e telecomandi, ma di continuare a progettare un divano usando al meglio la forza dei media digitali per coinvolgere gli utenti nelle diverse fasi di progettazione, commercializzazione e marketing dello stesso. Usare i nuo-

vi media per continuare a produrre un design di prodotto senza tempo. È una sfida ineludibile.

**DIDASCALIA:** pag. 21 **Open Structures** (OS) è una delle prime piattaforme ad aver sistematizzato l'Open Design. Sulla base di una griglia dimensionale unificata (pagina accanto), ciascun designer può progettare componenti meccaniche o strutture che vengono condivise online sulla piattaforma. La sedia Strata è stata progettata dal belga Jan Geboers grazie al sistema di giunzione Ortho. (foto OS Workshop di Kristof Vrancken/Z33)

## OPEN DESIGN

È in atto una nuova rivoluzione industriale legata alle tecnologie di fabbricazione digitale che porta le comunità di designer nel mondo, connessi grazie alla rete e i social network, a sviluppare una nuova pratica di fare design. È la progettazione condivisa dell'Open Design, di cui chiediamo spiegazioni a **Serena Cangiano**, ricercatrice del laboratorio di cultura visiva al SUPSI di Lugano (Scuola universitaria professionale della Svizzera italiana) e autrice di una ricerca sul tema in prossima pubblicazione.

■ **CHE COS'È L'OPEN DESIGN, QUANDO È STATO DEFINITO E A QUANDO RISALGONO I PRIMI CASI?**

Open Design è un progetto digitale di prodotti di design la cui documentazione sorgente è resa pubblicamente disponibile in modo che chiunque possa studiare, modificare, distribuire, prototipare, fare e vendere un artefatto sulla base di quella documentazione. Nasce dalla definizione di Open Source elaborata da Bruce Perens agli inizi degli anni Novanta che riguarda non solo l'accesso al codice sorgente di un software, ma una serie di criteri che specificano cosa è possibile o non è possibile fare con il codice distribuito sulla rete. L'Open Design traduce i principi dell'Open Source Software al mondo degli oggetti fisici: è una traduzione iniziata dalla comunità dell'open hardware, poi assorbita dal design di prodotto e dall'architettura. Tra i pionieri dell'Open Design citerei Ronen Kadushin, designer israeliano, che nel 2005 ha iniziato ad applicare modelli open source alle sue creazioni di design. Più indietro nel tempo troviamo il progetto Domino, in cui Le Corbusier propone un sistema di arredo aperto, una piattaforma in cui sono gli utilizzatori a completare e co-creare. In seguito abbiamo la "Proposta per un'autoprogettazione" di Enzo Mari del 1973 e il libro *Nomadic Furniture* di Victor Papanek del 1972, un catalogo di soluzioni di arredo, le cui specifiche sono rese accessibili per favorirne la costruzione da parte delle persone. Ma la riproducibilità condivisa era ancora un assunto teorico e politico, mancava internet a concretizzare il concetto.

■ **SI TRATTA DI UN DESIGN SENZA DESIGNER OVE SCOMPARE IL CONCETTO DI AUTORELITÀ?**

Al contrario, ritengo che non ci sia un altro momento in cui l'autorelità del designer sia tanto rafforzata. Fino a ora siamo stati abituati a parlare di design con il nome delle grandi aziende o delle design star. Nel contesto dell'Open Design, tutti i progettisti hanno la possibilità di far conoscere le proprie soluzioni senza dover passare dal sistema della manifattura industriale e su larga scala. Fare Open Design non vuol dire perdere il controllo del proprio progetto, ma decidere consapevolmente le modalità di interazione con una comunità: si può rilasciare il file sorgente come





un modello 3D o definire uno strumento di co-progettazione parametrica che permetta ad altri di generare le varianti di quel modello. Chi opera nell'Open Design, inoltre, usa piattaforme che permettono di visualizzare l'evoluzione del proprio progetto e i contributi della comunità. Chi opera nell'Open Design sa di avere accesso a librerie di soluzioni che può riutilizzare senza chiedere il permesso. E dunque "permette di non progettare le cose due volte", come dice Alastair Parvin, uno dei fondatori di WikiHouse, e di focalizzare l'attività progettuale sulla creazione di sistemi anziché sull'implementazione di soluzioni funzionali o di puro stile. Questa prospettiva impedisce che il contributo del design ai 'Commons' sia qualcosa di autoreferenziale, mentre la condivisione di risorse progettuali stimola la pratica del design e il rafforzamento della comunità dei designer.

■ **LICENZE CREATIVE COMMONS: CHE COSA SONO E COME FUNZIONANO?**

Internet è un luogo selvaggio per i contenuti creativi. Le licenze Creative Commons nascono in risposta alla digitalizzazione di contenuti e alla loro distribuzione sulla rete, offrendo delle soluzioni legali che definiscono il permesso al riutilizzo di una risorsa nel rispetto del diritto d'autore. Non sono però da considerare alternative al sistema dei diritti del design. Nuovi protocolli cercano di integrare il diritto di autore in Licenze CC+, includendo permessi che specifichino cosa è o non è possibile fare con un artefatto di design open source. Se le licenze Creative Commons permettano di proteggere la creazione di un designer oppure no è un tema aperto, ma chiudere il progetto in un brevetto non è una risposta a questo dubbio.

■ **CHE RUOLO HANNO I SOCIAL NETWORK NELLO SVILUPPO DELLA PRATICA DELL'OPEN DESIGN?**

Interagire con la comunità online è una delle attività principali di chi sviluppa un progetto open source: gli ideatori sono anche i moderatori delle interazioni tra i gruppi di persone in rete. I social network sono anche gli strumenti per connettere gli attori di una futura catena manifatturiera o per trovare le competenze necessarie per realizzare un prodotto. L'Open Design vive del concetto stesso di messa in rete di conoscenze, e i social network aiutano a connettere a vari livelli chi è interessato a un prodotto.

■ **QUALI SONO LE OPPORTUNITÀ COMMERCIALI E IL NUOVO MODELLO DI BUSINESS DELL'OPEN DESIGN?**

Il modello di produzione di massa è in crisi. E le opportunità offerte dalle tecnologie di manifattura digitalizzata sono sotto gli occhi di tutti, con la relativa possibilità di una produzione customizzata e on-demand. Riguardo al business, ancora si fatica a capire se ci sono i numeri giusti per passare da progetti manifesto a nuove fabbriche di design collaborativo. Il panorama attuale fa intravedere alternative interessanti come, per esempio, il progetto Open Desk. Nell'Open Design non c'è una killer application, una tecnologia vincente per penetrare il mercato, ma è la logica open source che consente di prototipare e testare i modelli di business.

**DIDASCALIE: pag. 22** Lo studio giapponese **Nosigner** sviluppa una serie di arredi open source di cui condivide il manuale per l'autocostruzione. Con lo stesso tetraedro in lamiera è possibile realizzare giunti per tavoli, mensole e lampade. Sopra: **Machine Series** è una piattaforma che realizza oggetti del quotidiano con tecnologie produttive accessibili e open source. I contenitori nascono in stampa 3D con la tecnica di modellazione a deposizione fusa. Promosso da Icosaedro, agenzia creativa di Barbara Busatta e Dario Buzzini. (foto Alberto Parise) Sotto: la serie di tavolini in legno di **AtFab** (Anne Filson e Gary Rohrbacher) sono realizzati con macchine a controllo numerico comunemente presenti nei FabLab. **pag. 23 Open Desk** è tra i primi business in modalità Open Design: sul sito è possibile acquistare la documentazione digitale per fabbricare, da soli o attraverso una rete di fablab nel mondo, una collezione di arredi. Lazienda di computer auto-assemblabili Kano ha arredato i suoi uffici con mobili di Open Desk. Accanto, lo sgabello Edie, sviluppato da David e Joni Steiner.



**FocusING**  
VIEWPOINT

**P24. DESIGNER A PARTE**

foto di Diego Alto - testo di Marco Romanelli

NON SOLO PROGETTISTI E AZIENDE. NEL SUO ULTIMO LIBRO, **CHIARA ALESSI** RACCONTA LE STORIE E LE PROFESSIONALITÀ DI **TANTE FIGURE** CHE OPERANO DIETRO LE QUINTE MA HANNO UN RUOLO DETERMINANTE NEL FARE LA SPECIFICITÀ (E LA GRANDEZZA) DEL **SISTEMA DESIGN ITALIANO**

Nel 2014 Chiara Alessi, uno dei più interessanti giovani critici di design, pubblica un volume intitolato "Dopo gli anni Zero". Improvvisa-



mente l'approccio è cambiato: non si parla più di storia, non si parla più di 'maestri'. Una generazione nuova prende la parola e si auto-storicizza. Esce in questi giorni un secondo volume, "Design senza Designer", in cui l'autrice completa "l'affresco dopo gli anni Zero", raccontandoci una scena dove non solo i designer non sono più gli stessi, ma nemmeno le aziende e nemmeno i meccanismi che sottostanno ai processi. Si produce in un modo diverso, si distribuisce in un modo diverso, persino si critica in un modo diverso. Da qui il desiderio di

porre a Chiara alcune domande, 'alla vecchia maniera'.

■ **LA PRIMA DOMANDA DEVE ESSERE FATTA A LIBRO CHIUSO, POTENDO GUARDARE SOLO LA COPERTINA: CREDI DAVVERO CHE POSSA ESISTERE UN DESIGN SENZA DESIGNER? O PIUTTOSTO PUÒ (POTRÀ) ESISTERE UN DESIGN CON DESIGNER DIFFERENTI?**

No, non lo credo, e infatti basta aprire il libro per capirlo. Oppure leggere il retro della copertina, molto ben sintetizzato da Bianca Laterza che scrive: "un'incursione nei mestieri del design, designer a parte". La tesi del libro non è che il design si faccia senza designer, anzi! Piuttosto ho provato a immaginare che, in questo momento storico, lo strumento più interessante con cui guardare al design italiano degli anni Dieci, potesse essere un osservatorio composto da "non designer". Raccontare il design attraverso professionisti che operano dietro la tenda del prestigiatore o che parimenti ambiscono al loro 'quarto d'ora



di celebrità, ma che non sono i designer tradizionali a cui siamo abituati a pensare. Nel periodo che forse verrà ricordato per lo slogan (per me ideologico) "tutti sono designer", ho deciso di scrivere un libro di design, proprio senza parlare dei designer.

■ **LA SECONDA DOMANDA RIGUARDA L'INTRODUZIONE. SOSTIENI, RICORDANDO LA CACCIA AL NOME (IL CHI C'È - CHI NON C'È) CHE SI ERA SCATENATO DOPO L'USCITA DEL TUO PRIMO LIBRO ("DOPO GLI ANNI ZERO") CHE "I NOMI (DEI DESIGNER) SONO MENO IMPORTANTI DEI SISTEMI A CUI RISPONDONO". QUESTO È VERO ANCHE IN ITALIA DOVE NON È MAI ESISTITA UNA SCUOLA COERENTE E RICONOSCIUTA, MA PIUTTOSTO UN FIUME DI SINGOLI STRAORDINARI CREATIVI?**

Sostengo, come scrivo nell'introduzione, che nei casi di cui mi interesso i designer sono 'meno importanti'. Non certo in assoluto e non certo, per esempio, rispetto alla storia del design italiano a cui immagino pensi tu, fatta invece di nomi, di eccezionalità. Invece, nelle poetiche che ho scelto in "Dopo gli anni Zero" per raccontare la complessità



della nuova scena italiana, ho dato meno risalto ai nomi perché mi premeva di più ragionare sui complessi che sui singoli. Nella mia lettura - che ricordiamo era un'istantanea del presente dopo gli anni Zero - i personaggi apparivano come esemplari delle diverse

e complesse modalità di avvicinare la professione: non erano neanche al centro dell'immagine, erano volutamente sfocati, perché mi interessava appunto di più la nebulosa che si riusciva a percepire. In questo nuovo scatto c'è un passaggio ulteriore, dato che i personaggi che compaiono nella foto non sono designer.

■ **IPOTIZZI L'ESISTENZA DI UNA SORTA DI DESIGN A 'KM ZERO', OVE A CIASCUNO DI NOI NON SOLO SIA GARANTITO IL DIRITTO DI SCEGLIERE UN OGGETTO, MA LA POSSIBILITÀ DI ENTRARE A FAR PARTE DELLA CATENA CREATIVA DELL'OGGETTO STESSO, ATTRAVERSO FENOMENI DI PERSONALIZZAZIONE, DI CUSTOM MADE O ADDIRITTURA DI TAYLOR MADE. UNA POSSIBILITÀ CHE ALLA FINE POTREBBE COINCIDERE CON L'IDEOLOGIA DEL 'FATTO IN CASA' O DI UN DESIGN APPUNTO SENZA DESIGNER (TUTTI DESIGNER? NESSUNO DESIGNER?). SI TRATTA DI UNA RISPOSTA ALLA CRISI DELL'INDUSTRIA O DI UNA REALE ALTERNATIVA?**

Io non ipotizzo questo scenario come il migliore, né come la giusta risposta. E comunque penso che per un buon esito il designer sia imprescindibile, anche oltre il design in senso stretto. Mi limito a registrare il fatto che siamo in transito da un momento storico in cui si pensava al 'design per tutti' a un momento in cui si pensa al 'design per ciascuno'. Questo sta avvenendo non solo in Italia e non solo nel product design. Basti pensare al design dei servizi, della comunicazione, a come le multinazionali dell'informazione generino contenuti "intorno a



te". Io credo che l'industria, o le industrie più avvedute e più attente, abbiano già applicato questa soluzione ai loro prodotti "lo facciamo bene, lo facciamo in Italia, e lo facciamo solo per te", ma che questa non sia un'alternativa industriale al 'fatto in casa'. Non è una risposta, è un trend e ha più a che fare con la sociologia e il costume che con l'economia: la gente si fa l'orto per mangiare i propri prodotti, ma questo non fa sparire i contadini o le aziende ortofrutticole. Certo che se questi ultimi chiudessero gli occhi di fronte all'esigenza della gente di sentirsi parte del processo, di sentirsi garantire un percorso di qualità o almeno di conoscerlo, resterebbero indietro.

■ **GIUSTAMENTE SOTTOLINEI COME "QUELLA DEL DESIGN SIA DIVENTATO UN TEMA PIÙ CENTRALE DELL'ARCHITETTURA NEL DIBATTITO ECONOMICO E POLITICO" E, POTREMMO AGGIUNGERE, NELL'IMMAGINARIO COLLETTIVO. L'ARCHITETTURA CONTINUA INFATTI AD ESSERE VISTA DAL PUBBLICO GENERICO COME IMPOSTA E IMMODIFICABILE. QUESTA È SENZ'ALTRO UNA CONQUISTA PER IL DESIGN, TUTTAVIA MI CHIEDO SE NON COMPORTI ANCHE UNA SORTA DI SPETTACOLARIZZAZIONE, DI BANALIZZAZIONE, PER NON DIRE DI VOLGARIZZAZIONE DEI CONTENUTI DEL DESIGN STESSO?**

Sì, condivido la stessa preoccupazione, con una premura in più: io non ho studiato architettura, non sono una storica del design, e questo mi pesa ogni volta che mi addentro - a modo mio - in questi temi, rispetto ai quali gli integralisti del settore faticano a legittimarmi. Al tempo stesso credo che un valore da difendere, in tempi di cronaca drammatica, sia proprio quello del laicismo e dell'eterodossia. E poi mi preme un'altra cosa ancora: come si fa a parlare all'immigrato, allo studente, al professore, alla madre, all'architetto? In fondo io scrivo libri pur sempre per poche migliaia di persone. Dobbiamo capire se ci interessa

preservare un discorso di qualità per una nicchia o aprirci al rischio di semplificazioni per rendere accessibile un ragionamento intorno a fatti che già riguardano tutti, o dovrebbero. Io ho scelto di rischiare. Infatti nel libro parlo di argomenti ritenuti 'banali', appunto, di quelli che chiamo 'i luoghi comuni', nel senso di 'topoi' (made in Italy, manifattura, distretti produttivi, retail, comunicazione), di norma evitati accuratamente, in Italia, da chi dice di far critica. Penso che vadano tutti riaperti e ridiscussi, alzando la qualità dei toni.





■ ALLA FINE DEL VOLUME SEGNALI CHE LA MODIFICAZIONE AVVENUTA NELLA COMUNICAZIONE DEL DESIGN, CON UNA SOSTANZIALE RINUNCIA ALLA CRITICA OPERANTE, HA PORTATO I SINGOLI DESIGNER A DIVENIRE CRITICI, O QUANTO MENO ILLUSTRATORI, DEL PROPRIO LAVORO. QUESTO NON COMPORTA UN'AMBIGUA COMMITTENTE DEGLI AMBITI?

A questa domanda dovresti rispondere tu, che da anni percorri abilmente questo mondo senza farti imbrigliare dai confini disciplinari o presunti tali. E comunque non so se sia l'assenza di una critica operante ad aver trasformato i designer in critici/pr di loro stessi, o un narcisismo dilagante: 'esserci' a tutti i costi. E poi c'è la necessità del progettista di estendere il controllo a tutti gli aspetti possibili del proprio lavoro: se fosse possibile verrebbero a casa a dirti dove devi appendere la lampada. Ecco: tutti si sentono designer forse perché i designer si sentono di poter essere tutto...

**DIDASCALIE: pag. 25** Alcuni dei personaggi intervistati da Chiara Alessi nel suo ultimo libro "Design senza designer", in uscita a gennaio per i tipi di Laterza. Sopra: Giampietro e Carlo Piccinelli, artigiani, **Creacemento**. A sinistra: Vincenzo Cannata (in primo piano), Laura Angius e Simone Panfilo, imprenditori, **Lovethesign**. Nella pagina accanto: Massimo Bianchini, ricercatore, **Polifactory pag. 26** Sopra: Maurizio Riva, imprenditore, **Riva1920**. Accanto: Giambattista Scalfi, Ufficio ricerca e sviluppo di **FontanaArte**. Sotto: Alessio Sarri, ceramista, titolare di **Ceramiche Sarri pag. 27** Sopra: Luca Tilche, titolare di seconda generazione di **Arform**. Accanto, da sinistra: Massimo Secondin, imprenditore, **Secostampi**, Lucio Spinelli, imprenditore, **Plastamp**



## INside ARCHITECTURE

### P28. BELVEDERE SULLA NATURA

progetto di **Lazzarini Pickering Architetti**

Design team Eva Schenck, Francesca Wunderle, Jenny Hammer  
Local Architect Local Architect - Progetto impiantistico Atelier Ten  
foto di Matteo Piazza - testo di Antonella Boisi

IN OXFORDSHIRE (UK), UN INTERVENTO DI ARCHITETTURA E DI LANDSCAPE DESIGN REALIZZA UNA VILLA INTEGRATA CHE CONIUGA LA TRASFORMABILITÀ DEGLI SPAZI ABITATIVI PROIETTATI VERSO LA NATURA E IL BOSCO CIRCOSTANTE CON IL DESIDERIO DI CLASSICITÀ DELLA COMMITTENZA. TRADIZIONE E LINGUAGGIO CONTEMPORANEO AL SERVIZIO DI UN'OSMOSI IN & OUT ALTAMENTE DINAMICA

L'architettura è sempre site-specific anche quando sottende un segno chiaramente riconoscibile. Emblematico è il caso di questa villa nella campagna di Oxfordshire, tra Londra e Oxford, 600 mq di superficie interna e 10.000 mq di outdoor space, che nasce da un in-

tervento di demolizione e ricostruzione di una casa in stile edwardiano circondata da prati, boschi e cottages inglesi. The Bluff, questo il suo nome, è infatti in primis una casa che ascolta il luogo: in modo soft, come un gesto naturale, il paesaggio abbraccia l'architettura, e l'architettura abbraccia il paesaggio e l'uomo. Le esigenze dei committenti, australiani, un'altra vita trascorsa in Asia al seguito di genitori diplomatici, erano legate al desiderio di un guscio ovattato e classico che fungesse da cornice ideale per la loro antica ed eclettica collezione di pezzi di arte orientale, cinese e giapponese. In un belvedere privilegiato sulla natura che, forte del luogo ospitante, un promontorio di grande bellezza naturale protetta, consentisse una proiezione estrema. "Volevamo riportare l'attenzione e l'occhio sul paesaggio, prima che sull'architettura" commenta Carl Pickering, "tenendo comunque le due scale di intervento indissolubilmente legate. Così abbiamo pensato a un impianto nel giardino di tradizione inglese - con zone naturali e formalizzate, la nuova piscina su disegno in asse con gli alberi di faggio e alcuni padiglioni originari di accento romantico, dalla pagoda alla casa sugli alberi - focalizzato su una rotonda percorribile delimitata da siepi piegate ad archi topiari. E' ciò che veicola lo sguardo verso il padiglione d'ingresso che si sviluppa sotto gli archi verdi e da cui si diparte anche la teatrale scala di collegamento, un elemento volutamente importante, com'è nella memoria della casa inglese, che scende nell'abitazione". Tutta la casa, ricoperta da un manto erboso, è situata infatti al livello inferiore rispetto al piano del giardino comunicante con la strada. Si compone di due volumi diversamente orientati, per incontrare le migliori viste del paesaggio e una barriera di protezione dai forti venti provenienti da nord-ovest, collegati con un corpo centrale a pianta quadrata che funge da snodo e da cuore simbolico dell'abitazione, ospitando il salotto-biblioteca, luogo intimo per eccellenza, con i suoi muri ricoperti di libri e di opere d'arte. Al parco retrostante, i due volumi restituiscono la loro struttura di ferro e vetro, di dichiarata ispirazione miesiana, mentre il complesso architettonico sembra librarsi dal terreno, con leggerezza figurativa grazie all'appoggio a sbalzo delle parti estreme. "L'idea" continua Claudio Lazzarini "è stata quella di far convergere la natura del bosco fino alla casa. Ci sono ancora famiglie di daini che vagano liberamente sul terreno e sono tenute a distanza di sicurezza, tramite un sistema di ultrasuoni. Soltanto le rane hanno traslocato forzatamente in un nuovo laghetto, sulla sinistra della piscina. Abbiamo speso 18 mila sterline per far ciò, ma alla fine tutta la soluzione di osmosi in & out proposta è stata approvata in sei mesi, coi complimenti delle autorità competenti. Una bella soddisfazione. Anche perché si tratta di un progetto a impatto zero. In tutta la casa non c'è aria condizionata e al comfort abitativo partecipano il sistema verde delle coperture, le schermature vetrate, i bruciatori di biomassa, i pavimenti radianti sviluppati sul piano tecnico con Atelier Ten". I telai a sbalzo sulle facciate dei due corpi di fabbrica rappresentano una cifra importante del progetto: un requisito funzionale che acquisisce un forte valore formale. "I telai supportano le aperture di doppi pannello che definiscono un sistema di ventilazione naturale dinamico nelle stanze, regalando tridimensionalità e dilatazione prospettica alla superficie continua vetrata e, altresì, privacy da intrusi e animali" spiegano gli architetti. Le ante, variamente





orientabili, denotano poi quella trasformabilità degli spazi abitativi, che consente elevata libertà nei comportamenti e qualità ambientale: un altro valore distintivo dell'intervento. E' un valore che negli interni, uniformemente pavimentati in pietra calcarea Portland (la stessa con cui è costruita Londra), chiara e riflettente, viene affidato



al contrappunto di pareti mobili in laminato nero; ulteriori filtri architettonici flessibili, che rendono comunicanti o separabili secondo necessità d'uso, gli ambienti e le loro prospettive fluide, valorizzando il protagonismo delle presenze. Gli oggetti e gli arredi disegnati ad hoc, dalla cucina ai camini, dai tavoli alle lampade, ma anche i sofisticati pezzi coloniali di antiquariato e modernariato appartenenti alle collezioni dei proprietari, che si attualizzano accanto a selezionati prodotti iconici di design. Tutto accostato in un sapiente mix, partecipa infatti a quel decor, fatto di rigore e precisione, ottenuto proprio attraverso il controllo del disegno architettonico, che brilla sempre nei palcoscenici abitativi affidati a Lazzarini & Pickering.

**DIDASCALIE: pag. 30** In questa e nelle pagine precedenti, viste esterne della casa, il cui progetto è ben esemplificato dal plastico: due corpi diversamente orientati, con le estremità a sbalzo rispetto al terreno, e un corpo centrale di snodo; la copertura a manto erboso, lo sviluppo al livello inferiore rispetto al piano del giardino e a scomparsa rispetto all'intorno; antistante, fronte strada, la rotonda percorribile delimitata da siepi piegate ad archi topiari che conduce al padiglione d'ingresso **pag. 31** Dettaglio dei telai a sbalzo che caratterizzano le facciate in ferro e vetro dei due padiglioni: supportano le aperture di pannelli che definiscono il sistema di ventilazione naturale dinamico degli spazi interni, conferendo tridimensionalità e dilatazione prospettica alla superficie continua vetrata **pag. 32** Accanto, un sistema di pareti mobili in laminato nero, su disegno, rendono flessibili, comunicanti o separabili secondo necessità d'uso, gli ambienti interni. L'isola-cucina, ad hoc, ha un piano bianco in **Corian DuPont**. Il divano è un prezioso Chippendale originale d'epoca. Sotto, la scala, in pietra calcarea Portland, chiara e riflettente, come i pavimenti, che, dal padiglione d'ingresso, introduce all'abitazione **pag. 33** Lo sfondo nero valorizza il protagonismo di arredi e oggetti. Il tavolo, in primo piano, by **MDF Italia**, convive con pregiati pezzi di antiquariato e modernariato dei proprietari, appassionati collezionisti d'arte. Apparecchi illuminotecnici **iGuzzini pag. 34** Nella scansione degli spazi interni e delle loro prospettive lunghe, la cura estrema del dettaglio incontra la cifra di ulteriori filtri architettonici flessibili, che modulano la trasformabilità degli ambienti. Nell'immagine: il pannello esterno di facciata è fissato al telaio. Il pannello forato è in posizione aperta. Quando è chiuso permette la ventilazione naturale degli spazi, garantendo altresì sicurezza da intrusi e animali **pag. 35** Nella guest bedroom, il letto di **Hastens** viene incorniciato dai pannelli su disegno che utilizzano un papier peint in foglia d'argento antichizzato **De Gournay**, con motivi a fiori di ciliegio. Il bagno dedicato è un ambiente luminoso e arioso, segnato dal lucernario che sostiene la ricerca dell'osmosi tra interno ed esterno del progetto, enfatizzata dalla parete specchiata riflettente.

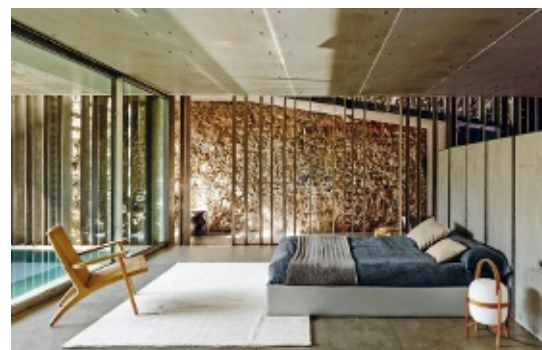
## P36. TRA DUE MURI

progetto di **RCR ARQUITECTES**

foto di Eugeni Pons - testo di Matteo Vercelloni

IN SPAGNA, A OLOT, NELLA PROVINCIA DI GIRONA, IN CATALOGNA, IL RECUPERO DI UNA CASA DEL CENTRO STORICO REINVENTATA NEI SUOI INTERNI **ELIMINANDO** OGNI ELEMENTO DIVISORIO E **CONSERVANDO** LA FACCIATA VINCOLATA E I DUE MURI PORTANTI DI PIETRA A VISTA

Il tema della ristrutturazione e del recupero nei centri storici non solo europei è pratica diffusa e sperimentata quotidianamente dalla cultura architettonica dei vari Paesi, secondo modalità e forme d'intervento di varia natura che ricercano con l'esistente rapporti di confronto e integrazione, dialogo e trasformazione. Il lavoro sugli interni, sulla loro riconfigurazione e ridisegno, diventa in tale poliedrica ricerca il valore progettuale guida di ogni riforma degli spazi che a volte, come in questo caso, diventa caso esemplare per metodologia d'intenti e risultato perseguito. Il noto studio di architettura catalano RCR, impegnato in progetti anche su vasta scala, si misura in questa occasione con una casa di modeste dimensioni sviluppata su due livelli, parte di una successione di facciate storiche allineate sulla strada nel centro della cittadina di Olot. Fronti di case comprese da due muri laterali di



contenimento ciechi e aperte sul retro con dei piccoli giardini, secondo la nota caratteristica europea del 'lotto gotico'. La conservazione del fronte vincolato, accompagnata dal rispetto della sagoma del tetto a doppia falda e dal volume complessivo che è rimasto





invariato, trova quale contrappunto compositivo la radicale trasformazione degli interni che, portando all'essenziale la struttura della costruzione (i due muri laterali di pietra, il tetto e il fronte su strada) ha saputo reinventare lo spazio interno, suggerendo nuove modalità dell'abitare. La fruizione proposta è diventata quella di uno spazio sostanzialmente unitario che accoglie piani sospesi e tra loro sfalsati, al fine di valorizzare la percezione del volume della casa a tutt'altezza: dal pavimento della zona inferiore sino alla copertura scandita dai travetti lignei e dalle mattonelle in cotto a vista su cui poggiano le tegole. Lo svuotamento dell'interno diventa pertanto il 'foglio bianco' su cui ricominciare la scrittura circoscritta da una 'cornice' data. La nuova abitazione, staccata dai muri di pietra conservati e assunti come 'quinte storiche' di contenimento, sviluppa i suoi nuovi spazi all'interno di due diaframmi continui, composti da lamelle di acciaio verticali affiancate in parallelo, che corrono per tutta la lunghezza della costruzione, dalla facciata su strada sino al nuovo fronte completamente vetrato rivolto sul giardino interno. I riusciti schermi architettonici metallici si distaccano dai muri portanti preesistenti, creando due lunghi corridoi in cui si organizzano da un lato la rampa di collegamento tra ingresso e zona giorno sospesa verso il giardino, dall'altro i bagni e la scala di salita sino alla zona notte per ospiti e studio ricavata verso strada in posizione più alta. Scala e rampa, come le nuove solette apparentemente fluttuanti, il parallelepipedo del camino che corre in verticale adiacente al muro di pietra dietro le lame metalliche del soggiorno, sono di cemento a vista, sottolineando nella loro essenzialità materica la contemporaneità dell'intervento. I nuovi spazi domestici staccati dalle pareti di pietra e arretrati dalla facciata su strada si sviluppano su quattro livelli; in quello inferiore trova ubicazione la stanza da letto padronale, che si affaccia verso il giardino tramite una piscina dedicata separata dalla zona notte con una vetrata a tutt'altezza scorrevole. Dall'ingresso, dove è organizzata la cucina che sfrutta i due piani diventando cerniera tra ingresso e piano della zona inferiore, si coglie, in corrispondenza con la cucina, lo spazio a tutt'altezza centrale che anticipa il soggiorno posto a quota superiore sopra la camera da letto padronale sottostante. Si apre così la prospettiva interna verso il giardino e il nuovo padiglione sul fondo. Sopra l'ingresso si sviluppa la zona notte degli ospiti e studio, distaccata dal fronte storico conservato su strada, e affacciata come un soppalco aperto sulla zona giorno sottostante e proiettato verso il giardino. L'eliminazione di un settore di tegole, corrispondente allo spazio tra due travetti strutturali, crea un suggestivo taglio di luce che incornicia l'azzurro del cielo, portando dall'alto la luce del giorno nello spazio abitato.

**DIDASCALIE:** pag. 37 Vista della zona giorno dalla terrazza verso il giardino interno; divano Extrasoft di Piero Lissoni per **Living Divani**; sulla terrazza sedia Diamond di Harry Bertoia per **Knoll International**. Sotto la copertura a vista si nota il livello della zona notte ospiti e studio. Sul fondo, si percepisce la figura della facciata storica conservata verso strada. pag. 38 Vista della zona giorno compresa tra i due schermi a lame metalliche laterali verso il giardino. Scorcio dello spazio contenuto tra il muro preesistente di pietra e la nuova quinta metallica, in cui si sviluppa la rampa di collegamento e il camino del soggiorno. pag. 39 Lo spazio living affacciato, tramite vetrata a tutt'altezza, verso il giardino. Il camino è ricavato alle spalle della quinta metallica. Lampada da terra TMC di Miguel Milá per **Santa & Cole**. pag. 40 A fianco vista della cucina su disegno ricavata alle spalle dell'ingresso, sotto la zona notte ospiti e studio. Sul piano di lavoro lampada Tolomeo di Michele De Lucchi e Giancarlo Fassina per **Artemide**. La camera da letto padronale nella zona inferiore della casa, collegata a una piscina dedicata aperta verso il giardino. Lampada Cesta di Miguel Milá per **Santa & Cole**, poltroncina CH25 di Hans J. Wegner per **Carl Hansen & Søn**. Nei disegni: sezione trasversale pag. 41 il bagno padronale ricavato in uno dei 'corridoi laterali' a fianco della camera da letto. Sgabello César di Rodolfo Dordoni per **Minotti**.



## P42. LO CHALET CHE VIENE DAL FUTURO

progetto di **JM Architecture**

foto di Jacopo Mascheroni - testo di Laura Ragazzola

COSTRUITA SU UN PENDIO DELLE **ALPI SVIZZERE**, UNA CASA DI MONTAGNA GIOCA LA CARTA DELLA CONTEMPORANEITÀ. ESIBENDO COME UNICO RIVESTIMENTO **LASTRE IN GRÈS** DI ULTIMA GENERAZIONE. UN **MONOLITE GRIGIO POSATO NEL VERDE** DEL PAESAGGIO ALPINO

Jacopo Mascheroni, quarant'anni e una storia ricca di successi: project manager a trent'anni nello studio newyorchese del 'maestro' Richard Meier; una 'Green-card' nel 2005 ricevuta dal Governo degli Stati Uniti per 'abilità straordinarie in campo architettonico'; l'ingresso, già a partire dal 2012, nel palmares dei 20 studi di architettura internazionali emergenti nel mondo.

Le cifre distintive dello studio? Semplicità, rigore, armonia, Jacopo che si esprimono in case bianchissime, leggere, quasi trasparenti, e dall'essenziale copertura piana. Molto diversa Villa Montebiar, ultimo lavoro (già superpremiato) di Jacopo Mascheroni.

■ **ARCHITETTO COSA È SUCCESSO: UN'INVERSIONE DI TENDENZA DEL SUO LINGUAGGIO COMPOSITIVO?**

La storia di questa casa è davvero singolare. I committenti, proprietari di un terreno panoramico a 1000 metri d'altezza, nelle Alpi svizzere, si erano appassionati alle architetture bianche e luminose del mio studio ma dovettero subito fare i conti con una realtà piuttosto complessa: il regolamento edilizio locale, molto rigido, imponeva, infatti, tetti rigorosamente a falda e di color grigio scuro per meglio integrarsi nel paesaggio e con l'architettura alpina locale (il vicino borgo di Medaglia, una manciata di case dai tetti d'ardesia, che si





scorge sul fondovalle). Fu un vero shock per loro, ma anche per me e per i miei collaboratori...

■ **CI VOLEVA QUINDI UN'IDEA ALTERNATIVA?**

Certo. Abbiamo trasformato il vincolo in un'opportunità. L'idea, infatti, è stata quella di adottare un unico materiale – la ceramica – sia per il tetto sia per le facciate, conferendo all'edificio un'immagine monolitica, quasi un masso nella natura. Unica eccezione: il fronte Sud che si apre con un'ampia vetrata sulla valle, regalando una vista spettacolare sul paesaggio incontaminato.

■ **UN EDIFICIO AVVENIRISTICO DAL PUNTO DI VISTA FORMALE. LO È ANCHE PER LE SOLUZIONI COSTRUTTIVE ADOTTATE?**

Sicuramente. Consideri che era necessario lavorare con un budget



prestabilito ma non si voleva certo rinunciare a una casa 'su misura' e di qualità, e cioè progettata con attenzione nei dettagli, finiture e materiali. Inoltre, si trattava di costruire un edificio in montagna, dove il clima è rigido, e su un declivio non facilmente raggiungibile.

Per questo abbiamo optato per una struttura in legno a telaio coibentato, realizzata con elementi prefabbricati da assemblare in loco e in tempi rapidi.

■ **CI SONO STATI VANTAGGI ANCHE DAL PUNTO DI VISTA DEL RISPARMIO ENERGETICO?**

Sì. La novità è che abbiamo previsto la medesima stratigrafia sia per le pareti sia per la copertura: una doppia parete ventilata che dalla facciata rivolta sul tetto per poi continuare sul lato opposto. Il risultato è un involucro altamente performante.

■ **QUALE È STATO IL RUOLO DELLA 'PELLE' IN CERAMICA?**

L'elemento chiave del progetto è proprio il rivestimento finale in lastre di gres porcellanato, che ha uniformato la sagoma dell'edificio anche dal punto di vista visivo. Tutte le facce sono state disegnate con un pattern 'dinamico', realizzato da tre formati diversi, che è stato applicato anche sulle persiane a libro, mantenendo rigorosamente l'allineamento delle fughe. Senza contare che oggi le prestazioni della ceramica quasi annullano i costi di manutenzione: il gres porcellanato non cambia colore, non subisce dilatazioni, è super resistente e mantiene le sue qualità nel tempo.

■ **I SUOI COMMITTENTI SARANNO FELICISSIMI DEL RISULTATO?**

Penso di sì anche se non si aspettavano che la loro casa diventasse meta di turisti che si arrampicano sul pendio per fotografarla...

■ **DALTRA PARTE, NON È LA PRIMA VOLTA CHE UN SUO PROGETTO È AL CENTRO DELL'ATTENZIONE...**

In effetti è vero: ricordo sempre ai miei collaboratori che lo studio ha conquistato 'un pezzettino' dell'Oscar assegnato a 'La grande bellezza' perché nel film l'unica casa contemporanea in mezzo alle 'bellezze' della Roma imperiale è proprio un progetto del nostro studio.

**DIDASCALIE: pag. 43** Posizionata sul bordo di un declivio, la casa si apre sulla valle con una vetrata panoramica, che 'risvolta' internamente creando una loggia per pranzare open-air. Gli altri fronti (tetto compreso) sono caratterizzati da un rivestimento continuo in lastre di gres porcellanato di **Casalgrande Padana pag. 45** Tetto e facciate sono state disegnate lastra per lastra per ottenere una perfetta complanarità delle superfici (**Geos Italy**). Lo stesso gres porcellanato (**Casalgrande Padana**) è stato usato anche come rivestimento delle persiane che, una volta chiuse (foto piccola a sinistra) si annullano completamente nel pattern ceramico. In basso, la sezione della villa. **pag. 46** Gli interni, chiari e luminosi, fanno da contrappunto al grigio scuro delle superfici esterne. Salvo poche eccezioni (sedie di Vitra e tavolo rotondo di **Knoll International**, qui sopra) i mobili e le luci (**Oty Light**) sono perfettamente integrate nell'arredo. **pag. 47** L'angolo conversazione condivide con pranzo e cucina il medesimo, luminosissimo ambiente affacciato sul paesaggio con ampie vetrate e infissi termici (**Casma**). Il tetto, asimmetrico a sei falde (in basso), è sbilanciato verso il monte per ottenere la medesima inclinazione del versante della montagna e, quindi una migliore integrazione con il contesto alpino. A sinistra la pianta della villa.

## P48. IL FASCINO DELL'UNICUM

progetto di **Vincenzo De Cotiis Architects**

foto di Santi Caleca - testo di Antonella Boisi

IL **RESTYLING** DELLO STORICO **FLAGSHIP STORE KRIZIA**

DI VIA DELLA SPIGA A **MILANO** SEGNA IL **PASSAGGIO DI TESTIMONE** DALLA SUA FONDATRICE MARIUCCIA MANDELLI, RECENTEMENTE SCOMPARSA, AL NUOVO PRESIDENTE E DIRETTORE CREATIVO, LA CINESE ZHU CHONGYUN, CON UN DECISIVO 'CAMBIO DI ROTTA' FIRMATO VINCENZO DE COTIIS ARCHITECTS. PERCHÉ LA RICERCA DI INNOVAZIONE NELLA **CONTINUITÀ** PARLI ANCORA DI **AVANGUARDIA**

*Krizia now. Looking back, going forward*, la mostra a Palazzo Litta a Milano, che ha festeggiato, con questo titolo-manifesto, nel 2014 sessant'anni di attività del brand, ma anche l'ingresso nella maison fondata dall'italiana Mariuccia Mandelli della cinese Zhu Chongyun, nuovo presidente e direttore creativo, era stata il preludio. L'architetto Vincenzo De Cotiis vi aveva partecipato con un'installazione-scultura in ottone, parte dell'allestimento complessivo. Il successivo step è stato il ridisegno dello storico flagship store di via della Spiga, nel cuore del quadrilatero milanese della moda. "Abbiamo scelto lui, perché la sua visione del progetto e il suo stile minimale, contemporaneo e artistico,





corrisponde appieno al gusto estetico della mia collezione moda. Mi piace il suo approccio ai materiali, molto simile al mio, il mix di texture sofisticate, preziose e ruvide, con cui sperimenta, senza escludere di mostrare la bellezza insita nelle imperfezioni del processo produttivo. Vi riconosco una sorta di avanguardia di accento futurista” commenta Zhu Chongyu, ingegnere meccanico diventata stilista per passione. Autodidatta, come lo fu, agli inizi, la maestra elementare Mandelli. E, come lo è stato, in un certo senso De Cotiis, una ricerca ‘fuori dal coro’ nel territorio ibrido tra arte e design, iniziata 25 anni fa con Progetto domestico (una collezione di arredi in pezzi unici, molti dei quali realizzati con materiali riciclati, legno, vetroresina, ottone in fusione). I tagli, le forme, le linee plastiche delle geometrie astratte che ora abita-



no la rinnovata boutique Krizia, 300 mq su due livelli, in un mix contrastante di ‘pelli’ raw e levigate, metropolitane, nascono da questo percorso e da queste radici. Uno sguardo diverso sul progetto che corrisponde all’autentico piacere (e talento) di poter recuperare sempre il fascino di un preesistente toccato da nuove possibilità di vita. De Cotiis non ha mai pensato in modo seriale alle cose che fa. Si affida a

un circuito di laboratori artigianali di fiducia per la prototipazione dei pezzi. Il concetto di omologazione non gli appartiene. Per lui il design è arte o meglio non può essere solo industria. Come per Gaetano Pisce. Nella fattispecie, ha saputo coniugare in modo brillante questo riconoscibile marchio di fabbrica con la comprensione dei valori storici e culturali di un brand profondamente italiano. “Siamo riusciti a ottenere un risultato architettonico più che decorativo” racconta “plasmando e disegnando la materia non tanto in una texture grafica riproducibile all’infinito, quanto in una soluzione legata al pezzo unico o a una logica di limited edition”. Dai pavimenti in lastre di fusione di alluminio, onice bianco, pietra blu del Belgio ai soffitti in steelcolor, pannelli artistici in resina, vetroresina retroilluminata, alle pareti in vetroresina, steelcolor, ferro naturale; dagli espositori in ottone lucido agli elementi d’arredo prismatico in vetroresina, tutto parla di craft made (eccezione fatta per le sorgenti luminose di produzione Erco); e di un’immagine ridotta all’essenziale, che non interferisce con il protagonismo dei capi e degli accessori sulla scena. D’altronde, nell’interpretazione dell’attuale corso, era inevitabile una proiezione verso il futuro. “Ciò ha significato per me a livello di concept innovare nella continuità, segnando il cambio di rotta, con l’idea dell’unicum, della boutique, della qualità esclusiva che diventa espressione di lusso. Sul piano compositivo, ha voluto dire modificare radicalmente il layout spaziale, riportando il corpo scala a una centralità non solo figurativa, in grado di rendere subito percepibile una facile fruibilità, ma anche l’importanza di un oggetto architettonico freestanding, con struttura in ferro, un solo punto di ancoraggio al piano superiore e uno a quello inferiore, un rivestimento di pietra blu del Belgio all’interno e in steelcolor all’esterno, enfatizzato dalle superfici riflettenti dell’involucro, che restituiscono effetti di coloritura modulata attraverso la luce. Un inedito. Non dimentichiamo che disegnare la moda con l’architettura equivale

a rappresentare un abito su misura. E il proprio abito è di per sé il primo luogo dove viviamo. Questa unicità è ciò che, nel progetto retail, mi consente di rendere sempre riconoscibile l’identità dei brand con cui mi relaziono, anche quando lavoro su realtà di largo consumo”. Alla fine, gli oggetti che popolano questo interno sono presenze dense; sostanziano un’alchimia di luce, trasparenze e fluidità che sottende una profondità formale e sentimentale, veicolando un senso dell’abitare come opera aperta di sintesi estetica e materica. Emozionale. “Preferisco qualcosa di stridente a qualcosa che coincida perfettamente” commenta De Cotiis. “Mi spaventa tutto ciò che è corretto; provo una sensazione di vuoto. Perché non riesco a vedere oltre”.

**DIDASCALIE: pag. 49** Vista d’insieme del piano interrato, tutto craft made (eccezione fatta per le sorgenti luminose di produzione Erco). Pavimenti in lastre di fusione di alluminio, onice bianco, pietra blu del Belgio; soffitti in steelcolor; pareti in vetroresina retroilluminata, appenderie in ottone lucido e prismi espositivi in vetroresina. Il divano in pelle e i tavolini in fusione di ottone e onice in primo piano appartengono alla collezione Progetto Domestico di Vincenzo De Cotiis. **pag. 50** La scala centrale che collega con l’interrato, su disegno, è rivestita di pietra blu del Belgio all’interno e in steelcolor all’esterno. Non interrompe la continuità delle prospettive spaziali. In primo piano, i tavoli prismatici (al piano terra), in ottone naturale e pelle nera, appositamente realizzati. **pag. 51** Scorcio di una zona espositiva al piano interrato che sostanzia un’alchimia di luci, trasparenze e fluidità, attraverso la densa matericità dell’involucro e degli arredi su disegno, enfatizzata dal gioco delle superfici riflettenti.

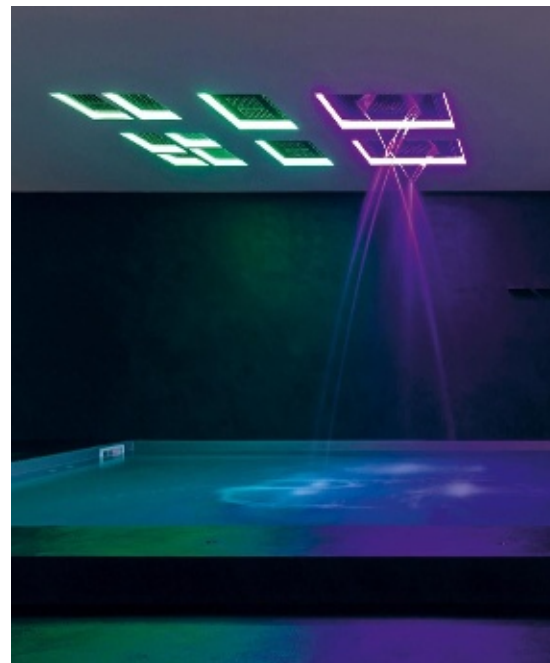
## DesignING COVER STORY

### P52. IL BAGNO DIFFUSO

di Katrin Cosseta - foto di Walter Monti

**SARTORIALE**, TRASFORMISTA E SEMPRE PIÙ APERTO AL **LIVING**. E CAPACE DI STUPIRE ANCHE SOLO CON UN LAVABO. COSÌ È IL BAGNO SECONDO **ANTONIUOLUPI**, MESSO IN SCENA NELLO **SHOWROOM** INAUGURATO PRESSO L’HEADQUARTER SUI COLLI FIORENTINI

“Sartorialità, coraggio e un pizzico di follia”. Questo il dna di antoniolupi oggi, a detta del ‘frontman’ creativo Andrea Lupi, a capo di ricerca, progettazione e comunicazione dell’azienda di famiglia. Sartorialità “che nasce dal progetto stesso, dalla capacità di adattarsi alle esigenze del progettista e degli spazi con una estrema libertà di materiali, dimensioni, colori e finiture, superando la definizione di prodotto industriale”. Coraggio “di uscire dagli schemi”. Un pizzico di follia nel “volere realizzare ostinatamente (e rigorosamente in Italia) solo i progetti che mi piacciono, senza badare alle richieste del mercato, anche quando sembrano impossibili. Nell’essere imprenditori sognatori”. I tre concetti trovano una concreta rappresentazione, quasi un manifesto, nel nuovo showroom azien-







dale di Stabbia, già in sé una storia di coraggio e di profonda italianità. Il progetto nasce dall'esigenza di ripristinare lo spazio dopo la devastazione causata da un evento atmosferico balzato agli onori delle cronache nel settembre del 2014. Lo showroom è rinato più grande (2300 metri quadrati rispetto ai 600 precedenti) e più bello di prima. A partire dalla 'danza d'acqua' che accoglie sorprendentemente il visitatore all'ingresso. Uno spettacolo di *son, eau et lumière* orchestrato, con tanto di domotico direttore, da soffioni incassati a soffitto a cui la sartorialità fa esprimere dimensioni inusitate (fino 75x100 cm, praticamente un piatto doccia). Superata la grande vasca all'entrata, l'allestimento si snoda come un fluido percorso tra soluzioni abitative e stili di vita, efficacemente inscenati dallo styling di Paola Pastorini. Perché il bagno c'è, sì, ma ormai diffuso nella casa, in dialogo con il living e la zona notte "mentre il nucleo più privato rimane circoscritto ai sanitari, a cui spesso all'estero è dedicato un ambiente a parte", spiega Lupi. Così una vasca, magari incassata, può troneggiare in camera da letto o nel living circondata da una libreria, e un mobile-lavabo può richiamare colori e finiture degli arredi nella zona giorno. Diversi colori ambientali (dark blue, rosa cipria, avana, grigio) e riferimenti stilistici (dal déco alla optical art) connotano le scene che costruiscono attorno alle collezioni chiare indicazioni di lifestyle: dal Moderno urbano al Futuro Classico passando per il Moderno Romantico. "Volevamo fare vedere che i nostri prodotti possono coprire più aree di gusto, dal contemporaneo al decorativo, perché in azienda convivono diverse anime". Il catalogo del marchio ha un'unica identità, molto forte, ma ogni designer ha il suo carattere, spiega Andrea Lupi: "Colombo all'inizio era molto materico, Nevio Tellatin ha un'impostazione tecnica, De Palo ha un segno poetico, Roberto Lazzeroni una raffinatezza borghese". In oltre sessant'anni di storia l'azienda è stata testimone e protagonista, spesso anticipatrice, dell'evoluzione del mondo dell'arredobagno. "Ancora solo 30 anni fa il bagno si declinava in lavabo in ceramica su colonna,

con specchio e applique e la vasca in acrilico, al massimo ci si sbizzariva sul mobile sottolavabo. Oggi il progetto bagno si è liberato, ne è cambiato il concetto, e i nuovi materiali consentono forme e misure inusitate, che ci hanno permesso negli ultimi 10 anni di proporre un su misura a 360 gradi". Il discorso dei materiali è intimamente connesso all'identità e al successo del marchio toscano. "Il nostro materiale d'origine è il cristallo, con cui mio padre ha iniziato a produrre specchi e poi mobili, pensili e accessori. Dagli anni Ottanta abbiamo inserito in catalogo ceramica, legno e metallo. La vera svolta arriva con gli anni Duemila: Carlo Colombo esplora la pietra e soprattutto il Corian, la cui introduzione rivoluziona forme, misure e tecnologie. In seguito, con il Cristalplant abbiamo ulteriormente esaltato plasticità e leggerezza, come nella vasca Baía, che è un bestseller. Oggi siamo arrivati a proporre un nostro materiale brevettato, Flumood, ecologico e compatto, dal tatto setoso e personalizzabile con textures materiche. E che soprattutto consente di esprimere un discorso sul colore". Indissolubilmente legata all'evoluzione dei materiali, è la sequenza di prodotti iconici, portatori di innovazioni assolute nel settore. Come il lavabo in Corian Slot disegnato del 2002, il primo ad eliminare la piletta e altro bestseller, la collezione Materia di Colombo che ha introdotto in bagno il concetto di sistema multimaterico, la collezione di camini Il canto del fuoco, di Domenico De Palo, da cui è discesa nel 2010 l'idea di integrare il lavabo all'ar-



architettura, espressa poeticamente nei modelli Strappo, Silenzio e Soffio che paiono mimeticamente fondersi con la parete. La ricerca nella direzione dell'estetica della sottrazione, della pulizia estrema delle forme "per me vera condizione dell'eleganza, perché il progetto deve avere pochi, indispensabili segni per essere compreso", sentenza Lupi, sfocia in un ultimo lavabo di grande carattere ("lo si odia o lo si ama"): Battigia, disegnato da Michel Boucquillon. "Il progetto prosegue, ma con segno ancora più rigoroso e contemporaneo, l'idea del lavabo incassato nella parete. Visto di profilo sembra una scheggia di cristallo scagliata nel muro, da cui pare sgorgare l'acqua come per magia, essendo il rubinetto nascosto alla vista, integrato nella struttura in Corian del lavabo annegata nella parete. La luce all'interno, blu o bianca, enfatizza l'aspetto emozionale, soprattutto di notte. Di fatto è una nuova tipologia di prodotto: più che un lavabo è una lampada-lavabo. In cui esprimiamo ancora una volta la nostra capacità sartoriale, perché lo possiamo realizzare in varie lunghezze tra 90 e 300 cm, e in diversi materiali". Battigia apre di fatto nuovi, futuribili scenari nell'ambiente bagno, ma il cristallo, anche simbolicamente, rappresenta il legame con la storia dell'azienda. Cosa rimane della antoniolupi delle origini? "La seconda generazione. Noi quattro fratelli che con passione gestiamo l'azienda di famiglia. E poi la sede. Radici e produzione restano a Stabbia, anche se siamo presenti praticamente in tutto il mondo (è recente l'apertura di quattro nuovi showroom nel sudest asiatico, ndr). Forse siamo un po' folli anche in questo", conclude Andrea Lupi. In fondo, diffondere design e innovazione dai luoghi natali de Leonardo, è anch'essa una forma di lusso.

**DIDASCALIE: pag. 53** La grande vasca all'ingresso del nuovo showroom di **antoniolupi** presso la sede di Stabbia Cerreto Guidi (FI). Un impianto domotico dirige i soffioni in un suggestivo spettacolo d'acqua e luce.

**pag. 54** A sinistra, un'ambientazione dello showroom con, in primo piano, la vasca Sartoriale di Carlo Colombo. Sotto, un altro scorcio con la vasca



incassata Dune di Mario Ferrarini e i lavabi da appoggio Catino di Nevio Tellatin. Un allestimento con la vasca Sartoriale a semincasso e i lavabi Blocco, entrambi disegnati da Carlo Colombo. **pag. 55** Un'ambientazione in chiave romantica con la vasca Funny West di Paolo Cappello e Federico Sandri. Sopra, una proposta con protagonista la vasca Solidea di Carlo Colombo. A destra, un ambiente arredato con i lavabi Bolo e la vasca Ago, entrambi di Mario Ferrarini. **pag. 56** Silenzio di Domenico De Palo, lavabo 'mimetico' da incasso a parete in Corian. Con o senza illuminazione led, ha la capacità di fondersi con la superficie nella quale viene installato.

**pag. 57** Il nuovo lavabo Battigia di Michel Boucquillon. La struttura in Corian, incassata nella parete, accoglie anche il rubinetto (ispezionabile come la piletta) che scompare alla vista. Unico segno esterno al muro, la lastra inclinata in cristallo, che può essere sostituita anche da altri materiali. Completo di illuminazione led bianca o blu, è realizzabile in diverse lunghezze tra i 90 e 300 cm.

## DesignING INTERVIEW

### P58. MR. TIME

intervista di Gilda Bojardi - a cura di Maddalena Padovani

DA **STRUMENTO** PER I SOMMOZZATORI DELLA MARINA MILITARE ITALIANA A **ICONA** DELLA OROLOGERIA DI ALTA GAMMA. **ANGELO BONATI**, CEO DI **OFFICINE PANERAI**, RIPERCORRE LE TAPPE DEL MARCHIO NATO A FIRENZE NEL 1860. E RACCONTA IL SUO LEGAME SEMPRE PIÙ STRETTO CON IL MONDO DEL DESIGN

Per progettare il tempo ci vuole pazienza, molta pazienza. Specie se al tempo si vuole dare un alto contenuto di design pensato per esprimere

la migliore creatività italiana combinata all'eccellenza della manifattura svizzera. Lo racconta Angelo Bonati, CEO di Officine Panerai, il marchio diventato un simbolo dell'orologeria di alta gamma grazie alla particolarità delle linee dei suoi prodotti e a una storia 'da film' che nasce nel 1860 in una piccola bottega di Firenze, per conquistare in seguito il mondo.

■ **DOPO CIRCA UN VENTENNIO DI ESPERIENZA COMMERCIALE NEL SETTORE DEL LUSSO, NEL 1997 HA ACCETTATO LA**

**SFIDA, PROPOSTALE DAL GRUPPO RICHEMONT, DI LANCIARE UN NUOVO MARCHIO CHE IN REALTÀ AVEVA UNA LUNGA STORIA: OFFICINE PANERAI. CI RACCONTA IL PERCORSO CHE L'HA CONDOTTO A QUESTA AVVENTURA?**

La mia vita professionale nasce in un laboratorio di gioielleria a Valenza Po, dove sono andato perché volevo imparare l'arte manifatturiera del gioiello. La voglia di proseguire in modo autonomo mi ha successivamente portato a Milano; qui ho dapprima lavorato per Standa, poi sono approdato alla distribuzione di orologi e accessori Cartier. Così è avvenuto il mio ingresso nel mondo del lusso e così è iniziato un percorso che mi ha portato a occuparmi di brand e settori diversi, come quello della ceramica per Ginori, quello del prêt-à-porter per Trussardi, per poi tornare al mondo degli orologi con Officine Panerai. Era il

1997 e già conoscevo la storia di questo laboratorio che per anni era stato fornitore di strumenti di precisione per la Marina Militare Italiana, soprattutto per le esigenze dei corpi speciali subacquei. I progetti sviluppati in questo periodo sono stati coperti dal segreto militare per anni; tra questi l'orologio Luminor Marina, che si caratterizzava per le grandi dimensioni e il disegno molto originale. Il gruppo Richemont mi ha proposto di guidare il rilancio di questo prodotto che, per quanto avesse un'identità decisamente distintiva, non aveva un marchio altrettanto forte e affermato. Ho accettato con passione la sfida e quello che siamo riusciti a costruire in questi 18 anni mi riempie di grande soddisfazione.

■ **SI È TRATTATO DI UN PERCORSO FATTO NEL SEGNO DELLA CONTINUITÀ O DELLA TRASFORMAZIONE?**

In quanto fornitore della Marina Militare Italiana, che rappresentava il suo cliente principale, l'azienda aveva visto ridimensionare notevolmente la propria attività con il disarmo conseguente alla caduta del muro di Berlino. Nel suo cassetto aveva però questo orologio, progettato nel 1934, che presentava grandi potenzialità di sviluppo. Il tentativo della società fu quello di lanciarlo sul mercato con una produzione di circa mille esemplari. L'operazione non ebbe il ritorno desiderato, però fece sì che uno di questi pezzi finisse sul set di Sylvester Stallone che nel 1996 si trovava a Cinecittà per girare "Daylight" e che avendo problemi di vista apprezzò particolarmente il grande quadrante dell'orologio, tanto da chiederne poi una produzione personalizzata con il suo nickname. Il fortunato incontro fece sì che l'orologio finisse



nelle mani di Johann Rupert, presidente del gruppo Richemont, che subito se ne innamorò, tanto da decidere di acquisire nel 1997 il ramo d'azienda legato alla produzione di orologi, binocoli, bussole, profonditàmetri. Bisognava però decidere cosa fare di questo prodotto che presentava un quadrante maggiore di 10 mm rispetto ai più grandi già presenti sul mercato. La nostra decisione è stata quella di mantenere le sue caratteristiche distintive: non solo le dimensioni ma anche la semplicità, due elementi che hanno finito per diventare un vero e proprio riferimento per tutto il mondo dell'orologeria. La scelta vincente è stata proprio questa: non cambiare nulla. Abbiamo fatto qualche affinamento, ma la forma del Luminor come del Radiomir è rimasta inalterata. Un'altra scelta determinante è stata quella di contenere la produzione e di preservare così l'originalità del prodotto.

■ **CI PARLI DELLA SUA COLLABORAZIONE CON PATRICIA URQUIOLA.** Il nostro incontro è avvenuto in occasione della mostra "O'Clock - time design, design time" allestita alla Triennale di Milano nel 2011 di cui Panerai era lo sponsor. La personalità creativa di Patricia è talmente effervescente e visionaria che talvolta ho temuto ci portasse sui sentieri troppo lontani rispetto alla nostra identità. Invece i risultati sono stati molto positivi, tanto che abbiamo deciso di affidarle il progetto delle boutique Panerai nel mondo.

■ **COME È ORGANIZZATA LA VOSTRA RETE DISTRIBUTIVA?**

Abbiamo 38 boutique di proprietà e 29 esterne in collaborazione con dealer Panerai. Siamo presenti nelle più belle strade del mondo. Ci mancano solo via Condotti a Roma e Bond Street a Londra. Il network di retail Panerai è stato notevolmente potenziato negli ultimi quattro anni, con aperture strategiche a livello mondiale. A questo importante sviluppo si aggiunge l'apertura della nuova manifattura a Neuchâtel,



in Svizzera, di 10mila metri quadri, dove si sviluppa tutto il processo creativo tecnico e produttivo. La parte del design è invece attestata a Milano, dove si trova anche il marketing e la comunicazione, perché io sono fermamente convinto che l'italianità sia un valore fondamentale per il nostro prodotto che al design deve la sua capacità di attrarre e distinguersi. Questo valore deve essere preservato e coltivato in termini culturali, quindi non può essere disgiunto dal territorio italiano.

**■ DA QUALCHE ANNO OFFICINE PANERAI HA DECISO DI CONSOLIDARE IL SUO LEGAME CON IL MONDO DEL DESIGN. A DIMOSTRARLO NON È SOLO LA COLLABORAZIONE CON PATRICIA URQUIOLA MA ANCHE ALTRE INIZIATIVE CORRELATE AI PIÙ IMPORTANTI APPUNTAMENTI DEL SETTORE. QUALI SONO LE PIÙ RECENTI?**

Durante le ultime due edizioni del FuoriSalone di Milano abbiamo voluto essere presenti presso lo spazio Rossana Orlandi, la prima volta con un'opera di Nacho Carbonell dedicata al trascorrere del tempo, la

seconda con un'installazione che riproduceva l'SLC - Siluro a Lenta Corsa, il cosiddetto 'maiale' con cui i valorosi sommozzatori della Marina Militare Italiana compivano le loro imprese subacquee. L'ultima iniziativa è molto recente e ha coinvolto Yves Béhar, a cui a dicembre, in occasione di Design Miami, abbiamo conferito il Design Miami/Design Visionary Award

presented by Officine Panerai. Apprezzo molto questo designer proprio per la sua capacità di guardare al futuro e progettare visioni, più che oggetti, capaci di migliorare la vita quotidiana.

**■ QUALI SONO LE PROSSIME SFIDE CHE INTENDE AFFRONTARE PER LO SVILUPPO DEL MARCHIO?**

Panerai ha ancora un grande potenziale che a mio parere non è ancora stato totalmente esplorato e sfruttato in relazione all'orologeria di alta gamma. Noi abbiamo ben 20 movimenti di nostra proprietà, che, innovando le forme e i materiali, ci consentono di sviluppare una gamma sempre più importante e diversificata. Questo per quanto riguarda il prodotto. Poi c'è tutto il lavoro sulla distribuzione, che vogliamo rendere sempre più qualificata mediante negozi a insegna Panerai, in modo da garantire la crescita del marchio nel breve e nel lungo periodo.

**■ UNA PAROLA CHIAVE DI OFFICINE PANERAI È INNOVAZIONE. PUÒ RACCONTARE AL PUBBLICO DI INTERNI, CHE MAGARI NON HA UN'APPROFONDATA CONOSCENZA TECNICA DELL'OROLOGERIA, COSA SIGNIFICA FARE OGGI INNOVAZIONE IN QUESTO SETTORE?**

L'innovazione degli orologi Panerai si sviluppa attraverso i materiali, alcuni elementi particolari del movimento o dei dettagli, che spesso non sono visibili, ma che consentono di migliorare l'insieme estetico o

qualitativo del prodotto. L'innovazione, in ogni caso, nasce sempre da un'idea, che viene dapprima trasferita ai designer che elaborano il brief, quindi messa a punto dai tecnici che sviluppano il progetto esecutivo. Si tratta di un processo molto lungo e complesso: basti pensare che un nuovo movimento di orologio, non estremamente complicato, richiede dai tre ai cinque anni di lavoro. Dal movimento dipende infatti la forma della cassa, le sue dimensioni e le sue proporzioni. E solo per la definizione della cassa occorre almeno un anno e mezzo di impegno tecnico e progettuale.

**■ COSA RAPPRESENTA PER LEI IL DESIGN?**

Il design mi emoziona e al tempo stesso mi rassicura, perché è sempre proiettato verso il futuro. Il design, inoltre, per definizione risponde a delle esigenze concrete, ma all'utilità unisce la bellezza e l'emozionalità. In generale, mi piacciono tutte le cose belle che hanno una dimensione proiettiva. Per me si tratta di una dimensione fondamentale: slegarsi dal passato ma anche dal presente, perché rimanere ancorati all'oggi non permette di guardare in avanti.

**DIDASCALIE: pag. 59** Tra gli anni Trenta e Cinquanta l'orologeria Panerai di Firenze forniva alla Marina Militare Italiana gli strumenti destinati a equipaggiare gli incursori durante le missioni subacquee. Per la loro robustezza, impermeabilità e leggendaria visibilità al buio, gli orologi Radiomir e Luminor Panerai sono considerati da molti esperti i primi modelli subacquee professionali. Nella pagina accanto: Angelo Bonati, ceo di **Officine Panerai pag. 60** Un'immagine storica del movimento Angelus. L'adozione di questi movimenti negli Anni Quaranta ha consentito agli orologi Panerai di avere una riserva di marcia di ben otto giorni: una lunga autonomia che per gli incursori significava non solo maggiore affidabilità di funzionamento ma anche minori interventi sulla corona di carica, che rappresenta uno dei punti più esposti a eventuali infiltrazioni d'acqua. **pag. 61** Una veduta della boutique Panerai di Firenze, dove il marchio ha visto la luce nel 1860, situata all'interno del Palazzo Vescovile di fronte al Battistero. È stata di recente ristrutturata su progetto di Patricia Urquiola, a cui Officine Panerai ha affidato la creazione del suo nuovo concept retail.

## DesignING PROJECT

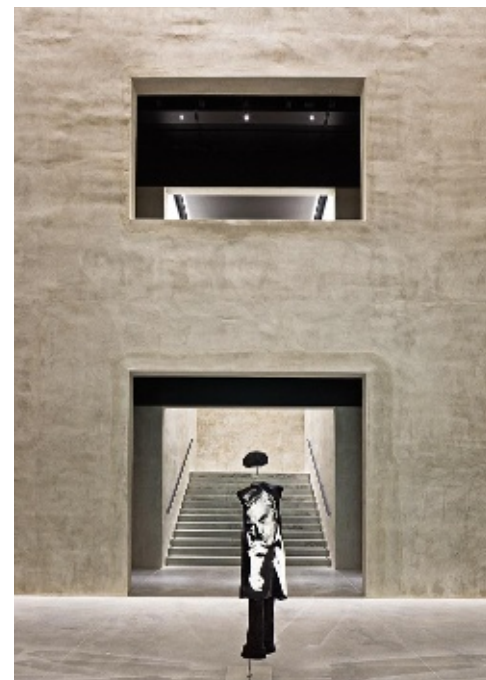
### P62. AMARCORD DI UN'OTTIMA ANNATA

progetti di **GIORGIO ARMANI**

foto di Davide Lovatti - testo di Antonella Boisi

MODA, ARCHITETTURA E DESIGN DIVENTANO UN TUTT'UNO NEI **PALCOSCENICI** DI **GIORGIO ARMANI** A **MILANO** CHE, LO SCORSO ANNO, HA CELEBRATO I PRIMI 40 ANNI DI ATTIVITÀ E DI CREATIVE JUNCTION, TRA SPIRITO CONTEMPORANEO E MEMORIA STORICA

L'anno appena trascorso è stato particolarmente intenso per Giorgio Armani. Ha celebrato i (primi) 40 anni della sua azienda, in concomitanza con Expo Milano 2015, di cui è stato *Special Ambassador* per la moda, inaugurando il nuovo spazio espositivo Silos e allestendo nel celebre teatro delle sfilate di via Bergognone, progettato da Tadao Ando, la mostra dei grandi progetti-contract d'interior design nel mondo (vedi INTERNI, giugno,







2015), proprio a fianco della presentazione della nuova collezione Armani/Casa. Non troppo distante da questo 'personale' distretto, ha poi riaperto, in via Monte Napoleone, la boutique ospitata nello storico palazzo Taverna (dove abitò il poeta Carlo Porta) che restituisce in modo paradigmatico il cross-over e gli innesti creativi del suo lavoro, proiettandone i valori duraturi - *savoir faire* e segno emozionale - nel futuro. L'architettura è sobria e monumentale al tempo stesso; gli spazi, su tre livelli, sono collegati da una nuova maestosa scala ellittica, in metallo con finitura platino e gradini in onice extrawhite, e personalizzati ambiente per ambiente. Capi e accessori d'abbigliamento possono così dialogare e imbastire vibranti trame materico-cromatiche con le sedute, le lampade e i tappeti appartenenti tutti alla più recente collezione Armani/Casa, rivisitata ad hoc. Ciascun pezzo, a modo suo, risulta protagonista della preziosa *mise en scène*, corrispondendo a una precisa filosofia estetica: ricerca un'essenzialità libera da orpelli e racconta che, se la capacità di uno stilista sta nel captare un'atmosfera e trasformarla in tendenza, in questo re Giorgio è davvero maestro. Evocativo di quel dinamismo con cui la sua attività si è sempre distinta resta invece l'Armani/Silos di via Bergognone, un deposito industriale degli anni Cinquanta trasformato in spazio museale, il risultato di un intervento di restauro e riqualificazione seguito direttamente e così commentato: "Ho scelto di chiamarlo Silos perché lì venivano conservate le granaglie, materiale per vivere. E così, come il cibo, anche il vestire serve per vivere. Decidere che cosa esporre e con quali modalità, mi ha aiutato a ripensare 40 anni di lavoro. Anche nella moda, infatti, che sembra respirare in un eterno presente, ricordarci come siamo stati aiuta a capire come potremo essere". In questo caso, l'edificio ha conservato in primis la sua curiosa forma originaria che ricorda quella di un alveare; una massa compatta interrotta dalla finestra a nastro che ne segna il perimetro come una corona. Gli spazi interni sono stati organizzati secondo uno schema distributivo a basilica con un 'foro' aperto a tripla altezza sul quale si affacciano due livelli di navate laterali. La scala centrale, che ne collega i quattro livelli, lascia percepire a chi sale la grande altezza e la dimensione (4500 mq) del luogo, caratterizzato da soffitti dipinti di nero, pavimenti in cemento grigio, strutture in ferro a vista, come gli impianti elettrici, di riscaldamento e raffreddamento. E' la visione di un'architettura, semplice ma maestosa, al tempo stesso, rispettosa, come d'abitudine, del *genius loci*.

**DIDASCALIE:** pag. 63 *Viste della boutique Giorgio Armani di via Monte Napoleone: il cortile interno, gli ambienti sviluppati su tre livelli (per 1082 mq), la nuova scala ellittica di collegamento interno. Gli arredi fanno parte della più recente collezione Armani/Casa rivisitata ad hoc. Sopra, da sinistra: la lampada Hyades; il tappeto Armstrong (in versione blu/acciaio); la poltrona Julie (proposta in un colore speciale) e la lanterna Hack in vetro di Murano grigio tortora. Tutto ispirato dai cromatismi della carta da parati Nabucco che riveste le pareti (linea Armani/Casa*

*Exclusive Wallcovering Collection in collaborazione con Jannelli & Volpi).*  
**pag. 64** *La mostra che ha segnato l'opening di Armani/Silos in via Bergognone è stata un excursus sui 40 anni di lavoro dello stilista, restituito da 600 abiti e 200 accessori, dal 1975 a oggi, selezionati secondo temi di ispirazione creativa (esotismi, cromatismi, luce, daywear). In alto, una finestra a nastro segna il perimetro dell'edificio, sviluppato su quattro livelli, quasi come una corona. Nella pagina a fianco, la scala centrale che organizza il percorso interno; attraversa un vano verticale, lasciando percepire a chi sale la grande altezza e la dimensione della struttura.*



## DesignING SHOOTING

### P66. RE-DRESSING THE HOUSE

di Nadia Lionello - foto di Simone Barberis

TESSILI, CARTE DA PARATI E CERAMICHE: LE PIÙ RECENTI FINITURE PER RINNOVARE E ARREDARE AMBIENTI DOMESTICI E NON. PROPOSTE PER NUOVI LOOK E NUOVI PROGETTI PERSONALIZZABILI

**DIDASCALIE:** pag. 67 *Leslie, bergère con scocca portante esterna in Baydur® espanso strutturale rivestita in pelle e controscocca interna in Baydur® CSP annegata in schiuma poliuretano ignifuga flessibile, imbottiture in poliuretano espanso a quote differenziate, rivestimento sfoderabile in tessuto o pelle. Design Rodolfo Dordoni per Minotti. Da sinistra, Margaritas, tendaggio in 70% viscosa 30% lino a stampa inkjet con effetto pittorico, h. cm 133 in due varianti colore, di Dedar. Reloaded, jacquard per rivestimento in 48% cotone, 33% lino, 19% viscosa, con disegno effetto rilievo, h. cm 140 in 14 varianti colore, rapporto disegno cm 106x69, di Dominique Kieffer. Dalla collezione Ragtime di Matgo Shelby per Osborne & Little, Ella, jacquard per rivestimento in 38% viscosa, 32% lino, 24% cotone; 6% poliestere, h. cm 142 in sette varianti colore. Linsmore*

*check, tessuto per rivestimento o tendaggio in 40% viscosa, 32% cotone, 16% lino, 10% lana, 2% poliestere, h. cm 140 in sei varianti colore, rapporto disegno cm 10 della collezione Malin di Colefax and Fowler. Terrazzo, jacquard per rivestimento in 36% acetato, 33% cotone, 31% cupro, h. cm 140 in 10 varianti colore, di Rubelli. Pixelè, jacquard per rivestimento e uso decorativo in Trevira CS con rapporto disegno cm 72x70, h. cm 140 in 10 colori, di Dominique Kieffer. Fahrenheit, pavimento in gres porcellanato in sette formati e sette varianti colore*

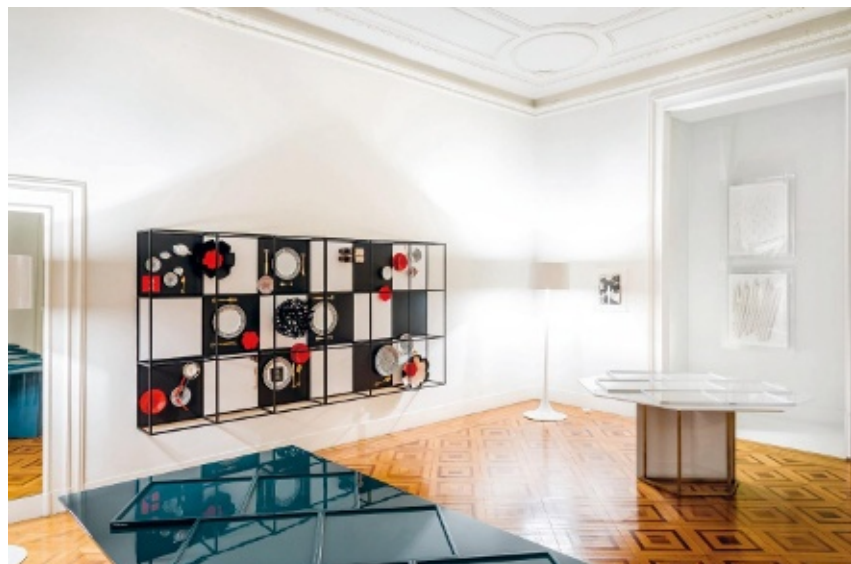




di **Fiandre pag. 68** Jasmine, carta parati proposta in rotoli da cm 53x100 o da cm 68x823 in tre varianti colore di **Jannelli & Volpi** Vito, sgabello regolabile con struttura in metallo verniciato e sedile in legno massello o in mdf laccato, di Atelier Studio Borella per **Area Declic**. Parete con tinteggiatura Supercolor effetto liscio/opaco, disponibile nell'intera collezione di tinte NCS®, RAL e Oikos, di **Oikos** Picasso B, décolleté asimmetrica ispirata a Pablo Picasso in vitello azzurro, camoscio glitterato e pony maculato di **Giannico pag. 69** Dalla collezione Gio Ponti, Esagoni, tappeto in 30% seta naturale e 70% lana tibetana filata e cardata a mano, nelle misure cm 200x300 e 250x300 o su misura, di **Amini** Modo, panama di pura lana per rivestimento, h. cm 140 in 25 varianti colore, di

**Dedar** Fahrenheit, pavimento in gres porcellanato in sette formati e sette varianti colore, di **Fiandre pag. 71** Da sinistra, dettaglio del pattern Exa, carta da parati su misura in TNT di cotone e vinile, realizzata in tre varianti colore da **Wall&Decò** su rotolo da cm 47; il pattern è adattabile alle dimensioni della parete. Croissant, seduta con struttura in faggio naturale o sbiancato, tinto o laccato, seduta e schienale imbottiti e rivestiti in panno, tessuto, pelle o ecopelle, di Emilio Nanni per **Billiani** City Lights, carta parati in rotolo della collezione Atmosphere di **Jane Churchill**, supporto in carta in rotolo da cm 52 x 100 con rapporto disegno cm 52, in cinque varianti di

colore. Cubiste, carta da parati in rotolo della collezione Fantastique di **Osborne & Little**, in TNT da cm 68.5x100, in tre varianti di colore. Teste da pacco, dettaglio dell'opera di Laura Zeni realizzata da **Wallpepper** su TNT a base di fibre di cotone e cellulosa, PVC free, su rotolo da cm 57; i soggetti unici firmati Wallpepper sono adattati alle dimensioni della parete. Chalon, pavimento in gres porcellanato cm 60x60 e sottomultipli, nei colori beige, panna e grigio, di **Casalgrande Padana pag. 72** In senso orario: Lindey, tendaggio in 58% poliestere, 24% lino e 18% viscosa con rapporto disegno cm 77, h. cm 296 in tre varianti colore, della collezione Burton di **Larsen**. Sottoportego, tappeto in pura lana New Zealand con lavorazione tufted, in due varianti colore personalizzabili a richiesta, di Seraina Lareida per **Portego**. Color tiles, piastrelle da rivestimento in ceramica cm 20x20 in ricottura finitura opaca con cinque decori grafici serigrafati componibili tra loro in verticale e orizzontale. Di Scholten & Baijings per **Ceramica Bardelli**. Della collezione Rombino, Triangle, piastrella da rivestimento in ceramica porcellanata con decoro a rilievo formata da 5 o 3 elementi; la collezione comprende inoltre piastrella e mosaico, tutte abbinabili fra loro, in cinque varianti colore. Di Ronan&Erwan Bouroullec per **Mutina pag. 73** Sparkling, tendaggio in poliestere, h. cm 320 in due varianti di colore, di Aggebo & Henriksen per **Kvadrat**. Rewind, piastrelle esagonali in gres fine porcellanato colorato in massa, in tre colori, di **Ragno**. Gemma, poltrona con struttura in composito polistirene e poliuretano con rivestimento in tessuto sfumato in dieci varianti di colore oppure tinta unita o pelle, di Daniel Libeskind per **Moroso**. Parete con tinteggiatura Supercolor effetto liscio/opaco, disponibile nell'intera collezione di tinte NCS®, RAL e Oikos, di **Oikos pag. 74** Micromega, tappeto cm 300x250 in pura seta di bambù tuftato e intagliato a mano, disponibile anche nella versione fondo nero e disegno bianco, fa parte della collezione di Daniel Libeskind per **Loloe**. Alpha-Check 2.0, tessuto da rivestimento e uso decorativo in puro cotone, h. cm 140 in 18 varianti colore, della collezione Core Classic di **Nya Nordiska**



Naive Slimtech, lastra in gres laminato ultrasottile, con possibilità di formati extra (fino a mt 3x1) con decoro a stampa digitale nei colori black, blue, grey, terra di Patrick Norguet per **Lea Ceramiche pag. 75** Turner, tendaggio in 100% poliestere Trevira CS, h. cm 300 in quattro varianti colore stampato sfumato, di **Kinnasand**. A sinistra, parete con tinteggiatura Supercolor effetto liscio/opaco, disponibile nell'intera collezione di tinte NCS®, RAL e Oikos, di **Oikos**, a destra, Materika, parete con piastrelle cm 40x120 in monocottura pasta bianca, spessore 6mm con decorazione 3D in cinque varianti di colore, di **Marazzi**, (vincitore del Ceramic Design Award 2015).

## P76. STILE & STILI

di Carolina Trabattoni - foto di Saverio Lombardi Vallauri

LE **TENDENZE** DEL RICEVERE CONTEMPORANEO SI RACCONTANO NEI FLAGSHIP STORE MILANESI DELLE ECCELLENZE DEL MADE IN ITALY, IN OCCASIONE DEL CIRCUITO DI EVENTI "A TAVOLA. NUTRIRSI CON IL DESIGN" ORGANIZZATO DA INTERNI CON HOMI

**DIDASCALIE: pag. 77** Onirica e spiazzante, l'apparecchiatura realizzata da **Meridiani**: strizzando l'occhio alle opere di Daniel Spoerri, piatti, posate e bicchieri diventano un'installazione verticale nella libreria Hardy di Andrea Parisio. Protagonisti: le porcellane Labirinto di **Richard Ginori**



ispirate a un disegno di Gio Ponti del 1926, le ciotoline Cirque des Merveilles sempre di Richard Ginori, le posate Keytlery Gold di **Seletti**, gli oggetti Fleur, Petalo e Reggia di **Daniele Papuli**. In primo piano Plinto, i tavoli di Andrea Parisio caratterizzati da rigore e pulizia formale e con infinite possibilità compositive e materiche: nella foto le versioni laccate rettangolare e ottagonale. Lampada Spun Light per **Flos pag. 78** Un maxi allestimento che cambia colore e forma e che si moltiplica magicamente: è la tavola infinita di **Driade**. Protagonista è The White Snow di Antonia Astori che si declina in tutte le sue interpretazioni: dall'idea neo romantica di Laudani & Romanelli, ai decori bianchi e blu di sapore orientale di Paola Navone, alle suggestioni pittoriche di Vittorio

Locatelli. Sui tre tavoli Gazelle di Park Associati si alternano oltre alla collezione The White Snow, i bicchieri di Ron Gilad, le posate di Philippe Starck, i centrotavola di Borek Sipek, i vasi di Philippe Bestenheider, i sottopiatto di "pizzo" di Galante & Lancman **pag. 80** Da **Natuzzi** lo stile



italiano è legato all'identità pugliese grazie ai progetti di Claudio Bellini, Studio Memo e Bernhard & Vella che raccontano il proprio mondo partendo dalla zona pranzo fino ad arrivare al living e alla zona notte. Le apparecchiature sono realizzate con gli oggetti della collezione Natuzzi: materica quella di Bellini, sul tavolo Ramo (a sinistra) i sottopiatte in legno d'ulivo e le ceramiche di Grottaglie; décor di Studio MEMO, sul tavolo Omega (a destra) i sottopiatte colorati e piatti in ceramica sempre di Grottaglie e neo charme di Bernhard & Vella, sui tavoli Accademia le foto di paesaggi pugliesi e le sfere in vetro gialle e grigie. **pag. 82** Da **Zucchi Bassetti** apparecchiature creative e handmade grazie agli stampi della Zucchi Collection of Antique Handblocks che custodisce la più grande raccolta al mondo di blocchi per la stampa a mano su tessuto dal 1785 al 1935. Da qui sono stati scelti i decori per realizzare le tovaglie su tessuti di lino bianco: pesci dall'isola di Giava, frutti tropicali dall'Inghilterra di inizio Novecento, giocatori di tennis ricavati da blocchi in legno, peltro, ottone del laboratorio londinese del 1870. Varie proposte di tavola firmate **WMF**: da quella conviviale (a destra) al rito per il tè, fino alla tavola laboratorio con attrezzi hi-tech per la cucina. Per il ciclo di eventi "Stile & Stili" si ringraziano: cantine **Alberto Longo** e **Orsolani**, **S. Pellegrino** ed **Acqua Panna**

## DesignING REVIEW

### P84. DESIGNOFFICINA

di Katrin Cosseta

SEMBRANO NATI DIRETTAMENTE IN CANTIERE, FORGIATI DA UN FABBRO O ASSEMBLATI IN UN'OFFICINA MECCANICA. SONO MOBILI, LAMPADE E COMPLEMENTI DAL **FASCINO BRUTALE** E DALLA MATERICITÀ GREZZA, DURA. EPISODI DI UNA **NUOVA ESTETICA INDUSTRIALE ESTREMA**, MA RAFFINATA

**DIDASCALIE:** **pag. 84** Cog di **Tom Dixon**, collezione di lampade a sospensione in alluminio placcato in ottone nelle versioni *Stack*, *Dome* e *Cone*. Di Simone Micheli per **Barel**, tavolo *Incontro*, in tondino pieno forgiato, finitura ruggine naturale, piano in cristallo temperato extra chiaro. **pag. 85** Di **Karman**, lampade a sospensione in ceramica *Mek* (design Stefano Bizzarri e Claudio Cinti) che citano elementi meccanici, e sospensione in metallo finitura oro *Nando* (design Luca De Bona e Dario De Meo), ispirata ai giunti dei ponteggi da cantiere. Tavolini della collezione *Slim Irony* di Maurizio Peregalli per **Zeus** sono ora disponibili nella variante *Zeus Art*, con piano in lamiera sottoposto a un trattamento speciale ruggine oppure in doppio vetro con pellicola interna, ritocco al forno. **pag. 86** Libreria-scultura *Intrecci* di **Laboratorio Mattoni**, realizzata in rete d'acciaio. Design Luca Mattoni. Sedia outdoor *Stampa*, di Ronan&Erwan Bourouillec per **Kettal**, realizzata con varie tecniche di lavorazione dell'alluminio: seduta e schienali in lamiera d'alluminio punzonata, gambe termofomate. Lampada da terra orientabile *Cantiere* di



Alberto Ghirardello per **Zava**, disponibile in due formati e con griglia rimovibile. **pag. 87** Poltrona *Work* is over di **Diesel Living** with **Moroso**, con struttura in lamiera perforata, rivestimento in pelle o tessuto, e in tessuto idrorepellente per esterni. Disponibile in vari colori e finiture. *Sniper*, di David Adjaye per **Sawaya&Moroni** tavolo in acciaio a forte spessore, con piano dai bordi curvilinei, in versione alta o bassa. Sistema componibile di illuminazione da parete e soffitto *Light Forest* di Ontwerpduo per **&Tradition**, in



alluminio, rame verniciato e abs. Sedia *Stitch* di **Ethimo**, sedia impilabile outdoor con telaio in tubolare e seduta e schienale in rete metallica, accessorabile con cuscino termoformato. Disponibile rossa bianca e grigia. Lampada da tavolo *Elle* di **Natuzzi**, collezione *Natuzzi Italia*, in metallo piegato verniciato nei colori opachi bianco, blu, nero, caffè. **pag. 88** *Albatros*, *Condor* e *Aquila*, di Emiliana Martinelli per **Martinelli Luce**, sospensioni in alluminio grigio o antracite, con sorgente led e alimentatore integrato nel corpo di attacco. *Panda*, di Paola Navone per **Cappellini**, collezione di tavolini e cabinets con base a 4 gambe in fusione di alluminio lucido e corpo rivestito in laminato con pattern fantasia o tinta unita **Abet Laminati**. Sedia *Officina* di Ronan&Erwan Bourouillec per **Magis**, con struttura in ferro forgiato zincato o verniciato, sedile e schienale in polipropilene. **pag. 89** Libreria *ZigZag* di Konstantin Grcic per **Driade**, disegnata nel 1996 e ora aggiornata nelle tecnologie e finiture. Struttura e ripiani in alluminio verniciato nero, bianco o bronzo (quest'ultima variante associata a piani in legno), oppure in acciaio inox lucidato a specchio. *Fernalibri* in lamiera di acciaio verniciata a polveri epossidiche in vari colori. *Panca Benna*, di Lorenzo Damiani per **Daa**, in piastra metallica in lamiera piegata e tagliata al laser, nata dall'utilizzo degli stampi finalizzati alla realizzazione di benne ad uso agricolo. *Double life*, di Matali Crasset per **Danese**, mobile multifunzione con vassoi laterali e superiore rimovibili, in alluminio con aggancio magnetico. **pag. 90** Libreria *Navigli* di Massimo Castagna per **Gallotti&Radice**, con struttura e mensola in rame brunito a mano. Dalla collezione *Morphosis* disegnata e prodotta da **Mario Milana** tavolini in metallo ossidato *Tiramisu*. Sedia *Flaxx* di Martin Mostböck per **Moroso**, con scocca formata da un materasso in fibra naturale di lino e polipropilene tessile, riciclabile al 100%, stampato in una forma tridimensionale stabile mediante pressatura di strati multipli di materiale. **pag. 91** Lampada a sospensione *Loft* di **Il Fanale**, realizzata in ferro e ottone, con snodi in fusione di ottone. La collezione si declina anche in applique, piantana e lampada da tavolo. *Sebastian* di Sebastian Herkner per **Pulpo**, realizzato in lamiera verniciata a polveri o galvanizzata. Scrittoio con cassetto realizzato in legno di pino vintage e metallo, di **Dialma Brown**. Poltroncina *Pensando* ad Acapulco, di Ivdesign per **De Castelli**, con gambe in ferro e seduta conica in rame o ottone lucidi.



**ABET LAMINATI spa**

V.le Industria 21, 12042 BRA CN  
Tel. 0172419111, Fax 0172431571  
www.abet-laminati.it, abet@abet-laminati.it

**AMINI**

Strada Statale 234, 26867 SOMAGLIA LO  
Tel. 0377464311, www.amini.it, info@amini.it

**ANTONIO LUPI DESIGN spa**

Via Mazzini 73/75 - Loc. Stabbia  
50050 CERRETO GUIDI FI, Tel. 0571586881  
www.antoniolupi.it, lupi@antoniolupi.it

**AREA DECLIC**

Via Volta 8, 33044 MANZANO UD  
Tel. 0432937065/6/7, Fax 0432740102  
www.areadeclic.com  
comunicazione@areadeclic.com

**ARFORM**

Via della Moscova 22, 20121 MILANO  
Tel. 026554691, Fax 026551448  
www.arform.it, info@arform.eu

**ARMANI CASA**

Via Sant'Andrea 9, 20121 MILANO  
Tel. 0276260230, Fax 0276281203  
www.armanicasa.com  
armanicasa.stan.store@giorgioarmani.it

**ARMANI SILOS**

Via Bergognone 40, 20144 MILANO  
Tel. 0291630010, www.armanisilos.com  
info@armanisilos.com

**ARTEMIDE spa**

Via Bergamo 18, 20010 PREGNANA MILANESE MI  
Tel. 02935181, Fax 0293590254  
www.artemide.com, info@artemide.com

**AtFAB**

www.atfab.co, info@filson-rohrbacher.com

**B&B ITALIA spa**

Strada Provinciale 32 n.15, 22060 NOVEDRATE CO  
Tel. 031795111, Fax 031795526  
www.bebitalia.com, info@bebitalia.com

**BAREL srl**

Via Bra 16, 12084 MONDOVI CN  
Tel. 017443001, Fax 0174481073  
www.barel.it, info@barel.it

**BILLIANI srl**

Via della Roggia 28, 33044 MANZANO UD  
Tel. 0432740180, Fax 0432740853  
www.billiani.it, info@billiani.it

**CAPPELLINI CAP DESIGN spa**

Via Busnelli 5, 20821 MEDA MB  
Tel. 03623721, Fax 0362340758  
www.cappellini.it, cappellini@cappellini.it

**CARL HANSEN & SON A/S**

Hylkedamvej 77-79, Bygning 2,  
DK 5591 GELSTED  
Tel. + 45 66121404, Fax +45 65916004  
www.carlhansen.com

info@carlhansen.com

**CASALGRANDE PADANA spa**

Strada Statale 467 73  
42013 CASALGRANDE RE  
Tel. 05229901, Fax 0522841010  
www.casalgrandepadana.it

info@casalgrandepadana.it

**CASMA INVOLUCRI EDILIZI srl**

Via Carlo Borra 1/B, 10064 PINEROLO TO  
Tel. 0121342954, Fax 0121542555  
www.casmaprogetti.it, info@casmaprogetti.it

**CERAMICA BARDELLI****GRUPPO ALTAECO spa**

Via G. Pascoli 4/6, 20010 VITTUONE MI  
Tel. 029025181, Fax 0290260766  
www.bardelli.it, info@bardelli.it

**CERAMICHE MUTINA srl**

Via Ghiarola Nuova 16  
41042 FIORANO MODENESE MO  
Tel. 0536812800, Fax 0536812808  
www.mutina.it, info@mutina.it

**COLEFAX and FOWLER srl**

Via Palermo 8, 20121 MILANO  
Tel. 0243986438, Fax 0243911071  
www.colefax.com, milan.office@colexfax.co.uk

**CREACEMENTO**

di Piccinelli & C. s.n.c. v, Via Nazionale 50  
25040 DARFO BOARIO TERME BS  
Tel. 0364535648, www.creacemento.com  
info@creacemento.com

**DAA**

Viale Gran Bretagna 5, 73100 LECCE Z.I.  
Tel. 0832361441, www.daaitalia.com  
info@daaitalia.com

**DANESE ARTEMIDE spa**

Via Canova 34, 20145 MILANO  
Tel. 02349611, Fax 0258433350  
www.danese milano.com  
info@danese milano.com

**DANIELE PAPULI MILANO**

Tel. 022841960, www.danielepapuli.net  
info@danielepapuli.net

**DE CASTELLI srl**

Via delle Industrie 10  
31035 CROSETTA DEL MONTELLO TV  
Tel. 0423638218, Fax 042383467  
www.decastelli.com, info@decastelli.com

**DE GOURNAY**

112, Old Church Street  
UK CHELSEA, LONDON SW3 6EP  
Tel. +442073529988, Fax +442077950447  
www.degournay.com

**DEDAR spa**

Via della Resistenza 3  
22070 APPIANO GENTILE CO  
Tel. 0312287511, Fax 0312287533  
www.dedar.com, info@dedar.com

**DIALMA BROWN srl**

Via Aldo Moro 1/3/5  
26030 CICOGNOLO CR  
Tel. 037287240, Fax 0372818682  
www.dialmabrown.it, info@dialmabrown.it

**DOMINIQUE KIEFFER by RUBELLI****RUBELLI GROUP**

Via della Pila 47, 30175 MARGHERA  
VENEZIA, Tel. 0412584411, Fax 0412584401  
www.dkieffer.com, info@rubelli.com

**DRIADE spa**

Via Padana Inferiore 12  
29012 FOSSADELLO DI CAORSO PC  
Tel. 0523818682, Fax 0523828628  
www.driade.com, pressoffice@driade.com

**DUPONT™ CORIAN®**

Via Piero Gobetti 2/c  
20063 CERNUSCO SUL NAVIGLIO MI  
Tel. 800876750, Fax 0292107755  
www.corian.it, Tel. 02926291

**ERCO ILLUMINAZIONE srl**

V.le Sarca 336/f, 20126 MILANO  
Tel. 0236587284, Fax 026437831  
www.erco.com, info.it@erco.com

**ETHIMO WHITESSENCE srl**

Via La Nova 6, 01100 VITORCHIANO VT  
Tel. 0761300400  
www.ethimo.it, info@ethimo.it

**FIANDRE GRANITIFIANDRE spa**

Via Radici Nord 112  
42014 CASTELLARANO RE  
Tel. 0536819611, www.granitifiandre.com  
info@granitifiandre.it

**FLOS spa**

Via Angelo Faini 2, 25073 BOVEZZO BS  
Tel. 03024381, Fax 0302438250  
www.flos.com, info@flos.com

**FONTANAARTE spa**

Alzaia Trieste 49, 20094 CORSICO MI  
Tel. 0245121, Fax 024512560  
www.fontanaarte.com, info@fontanaarte.com

**GALLOTTI & RADICE srl**

Via Matteotti 17, 22072 CERMENATE CO  
Tel. 031777111, Fax 031777188  
www.gallottiradice.it, info@gallottiradice.it

**GEOS ITALY**

Via Ciriè 40, 10099 SAN MAURO T.SE TO  
Tel. 0110671379/80, Fax 0118985735  
www.geositaly.it, info@geositaly.it

**GIANNICO**

Via Montenapoleone 2, 20121 MILANO  
Tel. 02783988, Fax 02784093  
www.giannicoofficial.com  
info@giannicoofficial.com

**GIORGIO ARMANI BOUTIQUE**

Via Monte Napoleone 2, 20121 MILANO  
Tel. 0276003234, Fax 0276014926  
www.giorgioarmani.com

armani.ga.milano@giorgioarmani.it

**HÄSTENS SÄNGAR AB**

Box 130, Nya Hamnvägen 7  
SE 731 23 KÖPING  
Tel. +46 22127400, Fax +46 22127419  
www.hastens.com

**IGUZZINI ILLUMINAZIONE Spa**

Via Mariano Guzzini 37, 62019 RECANATI MC  
Tel. 07175881, Fax 0717588295  
www.iguzzini.com, iguzzini@iguzzini.it

**IL FANALE GROUP srl**

Via Olivo Bredariol 15  
31048 SAN BIAGIO DI CALLALTA TV  
Tel. 0422895200, Fax 0422895110  
www.ilfanale.com, info@ilfanale.com

**JANE CHURCHILL**

19-23 Grosvenor Hill, UK W1K3QD LONDON  
Tel. +44 20 7318 6000, Fax +44 20 7499 9910  
www.janechurchill.com

**JANNELLI & VOLPI srl**

Via Melzo 7, 20129 MILANO, Tel. 02205231  
Fax 0229408547, www.jannellievolpi.it  
showroom@jannellievolpi.it

**KARMAN srl**

Via Grandi 10, 61034 FOSSOMBRONE PU  
Tel. 0721715042, Fax 0721716640  
www.karmanitalia.it, info@karmanitalia.it

**KETTAL**

Aragón 316, E 08009 BARCELONA  
Tel. +34934879090, Fax +34934879066  
www.kettalgroup.com, info@grupokettal.com

**KINNASAND AB**

Danziger Strasse 6, D 26655 WESTERSTEDE  
Tel. +4944885160, Fax +49 4488 51616  
www.kinnasand.com

kinnasand@kinnasand.com

Distr. in Italia: RAPSEL srl

Via A. Volta 13

20019 SETTIMO MILANESE MI

Tel. 023355981, Fax 0233501306

www.rapsel.it, rapsel@rapsel.it

**KNOLL INTERNATIONAL spa**

Piazza L.V. Bertarelli 2, 20122 MILANO

Tel. 027222291, Fax 0272222933

www.knolleurope.com, italy@knolleurope.com

**KVADRAT A/S**

Pakhus 48, Lundbergsvej 10, DK 8400 EBELTOFT  
Tel. +4589531866, Fax +4589531800  
www.kvadrat.dk, kvadrat@kvadrat.dk



### LABORATORIO MATTONI

Via Salaria 1453, 00138 ROMA RM  
Tel. 06 83771766, www.laboratoriomattoni.it  
info@laboratoriomattoni.com

### LARSEN

19-23 Grosvenor Hill, UK LONDON W1K 3QD  
Tel. +442073186000, Fax +442074999910  
www.larsenfabrics.com

### LEA CERAMICHE

Via Cameazzo 21, 41042 FIORANO MODENESE MO  
Tel. 0536837811, Fax 0536830326  
www.ceramichelea.com, info@ceramichelea.it

### LIVING DIVANI srl

Strada del Cavolto 17/17, 22040 ANZANO  
DEL PARCO CO, Tel. 031630954,  
Fax 031632590, www.livingdivani.it  
info@livingdivani.it

### LOLOEY FORME

Via Leonardo da Vinci 28, 20094 CORSICO MI  
Tel. 024502911, Fax 024580505  
www.loloey.com, info@loloey.com

### LOVETHESIGN spa

Via Mecenate 76/85, 20138 MILANO  
Tel. 0287168142, www.lovetheesign.com

### MACHINE SERIES www.machine-series.com

### MAGIS spa

Via Triestina Accesso E - Z.I. Ponte Tezze  
30020 TORRE DI MOSTO VE, Tel. 0421319600  
Fax 0421319700, www.magisdesign.com  
info@magisdesign.com

### MANUS LOCI ONLUS

C.so Sempione 32/A, 20154 MILANO  
www.manusloci.org

### MARAZZI GROUP srl

Viale Regina Pacis 39, 41049 SASSUOLO MO  
Tel. 0536860800, Fax 0536860644  
www.marazzi.it, press@marazzigroup.com  
web@marazzigroup.com

### MARTINELLI LUCE spa

Via T. Bandettini, 55100 LUCCA, Tel.  
0583418315, Fax 0583419003  
www.martinelliluce.it, info@martinelliluce.it

### MDF ITALIA spa

Via Morimondo 5/7, 20143 MILANO  
Tel. 0281804100, Fax 0281804109  
www.mditalia.it, infomdf@mditalia.it

### MERIDIANI srl

Via Birago 16, 20826 MISINTO MB  
Tel. 029669161, Fax 0296329205  
www.meridiani.it, info@meridiani.it

### MILANA MARIO INC.

www.mariomilana.com, gmc@mariomilana.com

### MINOTTI spa

Via Indipendenza 152, 20821 MEDA MB  
Tel. 0362343499, Fax 0362340319  
www.minotti.com, info@minotti.it

### MOROSO per DIESEL LIVING

Via Nazionale 60, 33010 CAVALICCO  
DI TAVAGNACCO UD, Tel. 0432577111  
nr. verde 800016811, Fax 0432570761  
www.moroso.it, www.moroso.it/diesel-collection/  
info@moroso.it

### MOROSO spa

Via Nazionale 60, 33010 CAVALICCO UD  
Tel. 0432577111, Fax 0432570761  
www.moroso.it, info@moroso.it

### NATUZZI spa

Via Iazzitiello 47, 70029 SANTERAMO  
IN COLLE BA, Tel. 0808820111, www.natuzzi.it  
relazioni.esterne@natuzzi.com

### NO SIGNER

1-17-1-701, Aioicho, Naka, Yokohama, Kanagawa  
231-0012, JAPAN, Tel. +81456638802  
www.nosigner.com

### NYA NORDISKA ITALIA srl

V.le Flli Rosselli 16, 22100 COMO  
Tel. 031576157, Fax 031576906  
www.nya.com, italia@nya.com

### OFFICINE PANERAI

V.le Monza 259, 20126 MILANO, Tel. 02363138  
Fax 0236313297, www.panerai.com  
officinepanerai@panerai.com

### OIKOS srl

Via Cherubini 2, 47043 GATTEO MARE FC  
Tel. 0547681412, Fax 0547681430  
www.oikos-group.it  
comunicazione@oikos-group.it

### OPEN DESK

Lime Wharf, 25 Vyner St, UK LONDON E2 9DJ  
Tel. +44 (0)20 8986 9063  
www.opendesk.cc, info@opendesk.cc

### OPEN STRUCTURES

www.openstructures.net  
info@openstructures.net

### OSBORNE & LITTLE

C.so Tassoni 66, 10144 TORINO  
Tel. 0114376666, Fax 0114376941  
www.osborneandlittle.com  
donatiremoc.spa.donatire@tin.it  
Distr. in Italia: DONATI spa  
C.so A. Tassoni 66, 10144 TORINO  
Tel. 0114376666, Fax 0114376941  
www.donatispa.com, info@donatispa.com

### OTY LIGHT OTY srl

Via Spangaro 8/a  
30030 PESEGGIA DI SCORZÈ VE  
Tel. 0415830499, Fax 0415830520  
www.otylight.com, info@otylight.com

### PLASTAMP

Via Rivera 65, 20048 CARATE BRIANZA MI  
Tel. 0362990999, Fax 0362803506  
www.secostampi.it, info@plastamp.eu

### POLIFACTORY

Campus Bovisa - Edificio B7  
Politecnico di Milano, Via Candiani 72  
20158 MILANO, Tel. 0223997134  
www.polifactory.polimi.it, polifactory@polimi.it

### PORTEGO

www.portego.it, press@portego.it

### PROGETTO DOMESTICO

### GALLERIA DE COTIIS

Via C. De Cristoforis 14, 20124 MILANO  
Fax 0302659123, www.decotiis.it  
www.progettodomestico.it, info@decotiis.it

### PULPO

Herrenstrasse 4 D 79539 LÖRRACH  
Tel. +4976211680103, www.pulpo-products.com  
www.pulpo-galerie.com  
info@pulpoproducts.com

### RAGNO MARAZZI GROUP srl

V.le Regina Pacis 39, 41049 SASSUOLO MO  
Tel. 053686044, Fax 0536860800  
www.ragno.it, press@ragno.it

### RICHARD GINORI - GRG srl

V.le Giulio Cesare 50  
50019 SESTO FIORENTINO FI  
Tel. 05542049, Fax 0554204953  
www.richardginori1735.com  
ufficio.stampa@richardginori1735.com

### RIVA 1920 INDUSTRIA MOBILI spa

Via Milano 137, 22063 CANTÙ CO  
Tel. 031733094, Fax 031733413  
www.riva1920.it, riva1920@riva1920.it

### RUBELLI spa

Via della Pila 47, 30124 VENEZIA -  
MARGHERA  
Tel. 0412584411, Fax 0412584401  
www.rubelli.com, info@rubelli.com

### SANTA & COLE

Parc de Belloch - Ctra. C-251, km 5,6  
E 08430 LA ROCA, Tel. +34938462437  
Fax +34938711767, www.santacole.com  
info@santacole.com

### SARRI CERAMICHE ARTISTICHE

Viale Pratese 101, 50019 SESTO FIORENTINO FI  
Tel. 0554216241, Fax 0554210549  
www.sarriceramiche.com  
info@sarriceramiche.com

### SAWAYA & MORONI spa

Via Andegari 18, 20121 MILANO  
Tel. 0286395212, Fax 0286464831  
www.sawayamoroni.com  
info@sawayamoroni.com

### SECOSTAMPI

Via Rivera 65, 20048 CARATE BRIANZA MI  
Tel. 0362901582, Fax 0362800326  
www.secostampi.it, info@secostampi.it

### SELETTI spa

Via Codebruni Levante 32  
46019 CICOGNARA DI VIADANA MN  
Tel. 037588561, Fax 037588843  
www.seletti.it, info@seletti.it

### TOM DIXON

Wharf Building, Portobello Dock, 344  
Ladbroke Grove, UK LONDON W10 5BU  
Tel. +44 207 4000500, Fax +44 207 4000501  
www.tomdixon.net, info@tomdixon.net

### & TRADITION A/S

TRANGRAVSVEJ 24, DK 1436 COPENHAGEN  
Tel. +45 3920 0233, Fax +45 3920 0256  
www.andtradition.com, info@andtradition.dk

### VITRA INTERNATIONAL AG

www.vitra.com, info@vitra.com  
Distr. in Italia:  
UNIFOR e Molteni & C.  
infovitra@molteni.it, Nr. Verde 800 505191

### WALL & DECO'

Via Santerno 9, 48015 CERVIA RA  
Tel. 0544918012, www.wallanddeco.com  
info@wallanddeco.com

### WALLPEPPER

Via Forcella 7/13, 20144 MILANO  
Tel. 0292885406, Fax 0292885409  
www.wallpepper.it, info@wallpepper.it

### WMF ITALIA spa

Via della Meccanica 24, 37139 VERONA  
Tel. 0458393511, Fax 0458393510  
www.wmf.it, rivenditori@wmf.it

### ZAVA srl

Via dell'Industria 43/bis, 31041 CORNUDA TV  
Tel. 0423639907, Fax 0423821639  
www.zavaluce.it, contatto@zavaluce.it

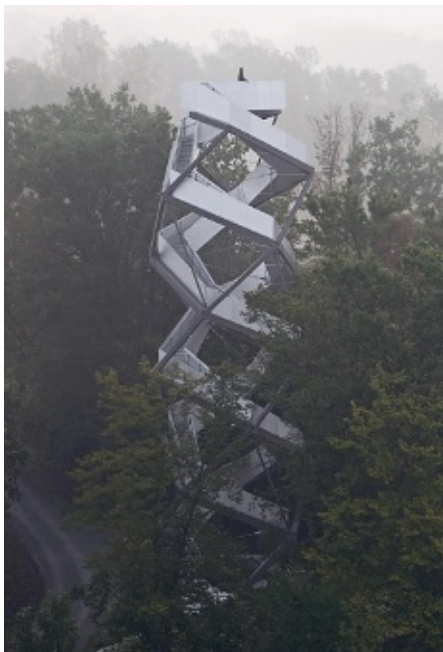
### ZEUS NOTO srl

C.so San Gottardo 21/9, 20136 MILANO  
Tel. 0289401198, Fax 0289401142  
www.zeusnoto.com, zeus@zeusnoto.com

### ZUCCHI VINCENZO ZUCCHI spa

Via Legnano 24, 20027 RESCALDINA MI  
Tel. 0331448111, nr verde 800449944  
Fax 0331448500, www.zucchi.it  
www.zucchibassetti.com  
info@zucchi.it





Nell'immagine: un 'belvedere' hi-tech immerso nelle foreste che segnano il confine fra Austria e Slovenia, lungo le rive del fiume Mur: lo firma l'architetto austriaco Klaus Loenhardt-Studio Terrain, che con questo progetto esplora il rapporto fra natura e tecnologia.

*In the image: a high-tech 'belvedere' immersed in the forests on the border between Austria and Slovenia, along the Mur River, by the Austrian architect Klaus Loenhardt-Studio Terrain. A project that explores the relationship between nature and technology.*  
(foto di/photo by Hubertus Hamm)

## NEL PROSSIMO NUMERO 659

IN THE NEXT ISSUE

### INSights

**L'INTERNAZIONALITÀ DEL PROGETTO**  
**THE INTERNATIONAL DRIFT OF DESIGN**

### INside

**MICRO-MACRO**

### FocusING

**ARTIGIANATO E DESIGN GLOCAL**  
**CRAFTS AND GLOCAL DESIGN**  
**TOTAL HOME**

### DesigING

**POLTRONE EXTRALARGE**  
**EXTRA-LARGE ARMCHAIRS**  
**SIMMETRICI E SDOPPIATI**  
**SYMMETRICAL AND DOUBLED**

# INTERNI

on line [www.internimagazine.it](http://www.internimagazine.it)

#### direttore responsabile/

**GILDA BOJARDI**  
bojardi@mondadori.it

#### art director

CLAUDIO DELL'OLIO

#### caporedattore centrale

central editor-in-chief  
**SIMONETTA FIORIO**  
simonetta.fiorio@mondadori.it

#### comitato scientifico/board of experts

ANDREA BRANZI  
ANTONIO CITTERIO  
MICHELE DE LUCCHI

#### consulenti/consultants

CRISTINA MOROZZI  
MATTEO VERCELLONI  
RUDI VON WEDEL

#### redazione/editorial staff

MADDALENA PADOVANI  
mpadovan@mondadori.it  
(caporedattore/editor-in-chief)  
OLIVIA CREMASCOLI  
cremasc@mondadori.it  
(caposervizio/senior editor)  
LAURA RAGAZZOLA  
laura.ragazzola@mondadori.it  
(caposervizio/senior editor ad personam)  
DANILO SIGNORELLO  
signorel@mondadori.it  
(caposervizio/senior editor ad personam)  
ANTONELLA BOISI  
boisi@mondadori.it  
(vice caposervizio architetture  
architectural vice-editor)  
CAROLINA TRABATTONI  
carolina.trabattoni@mondadori.it  
(vice caposervizio/vice-editor ad personam)  
produzione e sala posa  
production and photo studio  
KATRIN COSSETA  
internik@mondadori.it  
produzione e news/production and news  
NADIA LIONELLO  
internin@mondadori.it  
produzione e sala posa  
production and photo studio  
GUJA VISIGALLI  
guja.visigalli@mondadori.it  
rubriche/news

#### rubriche/features

VIRGINIO BRIATORE  
giovani designer/young designers  
GERMANO CELANT  
arte/art  
ANDREA PIRRUCCIO  
produzione e/production and news  
TRANSITING@MAC.COM  
traduzioni/translations

#### grafica/layout

MAURA SOLIMAN  
soliman@mondadori.it  
SIMONE CASTAGNINI  
simonec@mondadori.it  
STEFANIA MONTECCHI  
stefania.montecchi@consulenti.mondadori.it

#### segreteria di redazione

editorial secretariat  
ALESSANDRA FOSSATI  
alessandra.fossati@mondadori.it  
responsabile/head  
ADALISA UBOLDI  
adalisa.uboldi@mondadori.it  
assistente del direttore/assistant to the editor  
MIRKA PULGA  
internir@mondadori.it

#### contributi di/contributors

STEFANO CAGGIANO  
VALENTINA CROCI  
CRISTINA MOROZZI  
MARCO ROMANELLI

#### fotografi/photographers

DIEGO ALTO  
SIMONE BARBERIS  
SANTI CALECA  
RENÉ ENRIQUEZ  
GUILLAUME GRASSET  
JACOPO MASCHERONI  
ELISABETTA LATTANZIO ILLY  
SAVERIO LOMBARDI VALLAURI  
DAVIDE LOVATTI  
WALTER MONTI  
ERIK-JAN OUWERKERK  
MATTEO PIAZZA  
EUGENI PONS

#### progetti speciali ed eventi

special projects and events  
CRISTINA BONINI  
MICHELANGELO GIOMBINI  
ANTONELLA GALLI  
(collaboratore/collaborator)

#### SISTEMA INTERNI

**Interni Annual monographs**  
Annual Cucina, Annual Bagno,  
Annual Contract  
**Design Index**  
The Design addressbook

#### Interni Panorama - special issue

Due inserti all'anno/weekly year  
**Guida FuoriSalone**  
Milano Design Week itinerary  
**Interni King Size**  
Milano Design Week new products

## MONDADORI

ARNOLDO MONDADORI EDITORE  
20090 SEGRATE - MILANO

#### INTERNI

The magazine of interiors  
and contemporary design  
via Mondadori 1 - Cascina Tregarezzo  
20090 Segrate MI  
Tel. +39 02 75421  
Fax +39 02 75423900  
interni@mondadori.it

Publicazione mensile/monthly review.  
Registrata al Tribunale  
di Milano al n° 5 del 10 gennaio 1967.

#### PREZZO DI COPERTINA/COVER PRICE

INTERNI + DESIGN INDEX  
€ 10,00 in Italy



#### PUBBLICITÀ/ADVERTISING

MEDIAMOND S.P.A.  
via Mondadori 1 - 20090 Segrate  
Vice Direttore Generale Living: Flora Ribera  
Coordinamento: Silvia Bianchi  
Agenti: Stefano Ciccone, Alessandra  
Capponi, Luca Chinaglia, Mauro Zanella  
Tel. 02 75422675 - Fax 02 75423641  
direzione.living@mondadori.it  
www.mondadoripubblicita.com

Sedi Esterne/External Offices:  
EMILIA ROMAGNA/TOSCANA  
via Farini 11, Bologna, Tel. 051 2757020  
PIEMONTE  
Corso Emilia 6/A, Torino, Tel. 011 2387144  
LAZIO  
via Carlo Dolci 5, Roma, Tel. 06 47497421  
LOMBARDIA (prov. di LO, PV, CR, BG, BS)  
Corrado Sozzi - via Mondadori 1, Segrate  
Tel. 02 75425807  
LIGURIA  
Alessandro Coari  
Piazza San Giovanni Bono, 33 int. 11  
16036 Recco (GE) - Tel. 0185 739011  
alessandro.coari@mondadori.it  
TRIVENETO  
(tutti i settori, escluso settore Living)  
Full Time srl, via Dogana 3, 37121 Verona  
Tel. 045 915399 - info@fulltimesrl.com  
TRIVENETO (solo settore Living)  
Paola Zuin - cell. 335 6218012  
paola.zuin@mondadori.it  
UMBRIA/MARCHE/  
ABRUZZO/SAN MARINO  
Medialog srl, via Chiusa 6, Osimo (AN)  
Tel. 0861 243234  
CAMPANIA  
Crossmedialitalia 14 srl  
via G. Boccaccio 2, Napoli, Tel. 081 5758835  
PUGLIA  
Crossmedialitalia 14 srl  
via Diomedede Resa 2, Bari  
Tel. 080 5461169  
SICILIA/SARDEGNA/CALABRIA  
GAP Srl - Giuseppe Amato  
via Riccardo Wagner 5, 90139 Palermo  
Tel. 091 6121416

#### ABBONAMENTI/SUBSCRIPTIONS

**Italia annuale/Italy, one year:**  
10 numeri/issues + 3 Annual  
+ Design Index € 64,80  
(prezzo comprensivo del contributo  
per le spese di spedizione).  
Inviare l'importo tramite c/c postale  
n. 77003101 a: Press-Di srl - Ufficio  
Abbonamenti. È possibile pagare  
con carta di credito o paypal sul sito:  
www.abbonamenti.it  
L'abbonamento può avere inizio  
in qualsiasi periodo dell'anno.

#### Worldwide subscriptions, one year:

10 issues + 3 Annual + Design Index € 59,90  
+ shipping rates. For more information  
on region-specific shipping rates visit:  
www.abbonamenti.it/internisubscription.  
Payment may be made in Italy through any  
Post Office, order account no. 77003101,  
addressed to: Press-Di srl - Ufficio  
Abbonamenti. You may also pay with credit  
card or paypal through the website:  
www.abbonamenti.it/internisubscription  
Tel. +39 041 5099049, Fax +39 030 7772387

#### Per contattare il servizio abbonamenti:

Inquiries should be addressed to:  
Press-Di srl - Ufficio Abbonamenti  
c/o CMP Brescia - 25126 Brescia (BS)  
**Dall'Italia/from Italy** Tel. 199 111 999,  
costo massimo della chiamata da tutta  
Italia per telefoni fissi: 0,12 € + iva  
al minuto senza scatto alla risposta.  
Per i cellulari costo in funzione  
dell'operatore.  
**Dall'estero/from abroad**  
Tel. + 39 041 5099049  
Fax + 39 0307772387  
abbonamenti@mondadori.it  
www.abbonamenti.it/interni

#### NUMERI ARRETRATI/BACK ISSUES

Interni € 10, Interni + Design Index € 14  
Interni + Annual € 14.  
Pagamento: c/c postale n. 77270387  
intestato a Press-Di srl "Collezionisti"  
(Tel. 045 888 44 00). Indicare indirizzo  
e numeri richiesti inviando l'ordine via Fax  
(Fax 045 888 43 78) o via e-mail  
(collez@mondadori.it/arretrati@mondadori.it).  
Per spedizioni all'estero, maggiorare  
l'importo di un contributo fisso di € 5,70  
per spese postali. La disponibilità di copie  
arretrate è limitata, salvo esauriti,  
agli ultimi 18 mesi. Non si accettano  
spedizioni in contrassegno.  
Please send payment to Press-Di srl  
"Collezionisti" (Tel. + 39 045 888 44 00),  
postal money order acct. no. 77270387,  
indicating your address and the back issues  
requested. Send the order  
by Fax (Fax + 39 045 888 43 78) or e-mail  
(collez@mondadori.it/arretrati@mondadori.it).  
For foreign deliveries, add a fixed payment  
of € 5,70 for postage and handling.  
Availability of back issues is limited, while  
supplies last, to the last 18 months.  
No COD orders are accepted.

#### DISTRIBUZIONE/DISTRIBUTION

per l'Italia e per l'estero/for Italy and abroad  
Distribuzione a cura di Press-Di srl

Letitore non accetta pubblicità in sede  
redazionale. I nomi e le aziende pubblicati  
sono citati senza responsabilità.  
The publisher cannot directly process  
advertising orders at the editorial offices  
and assumes no responsibility for the names  
and companies mentioned.

#### Stampato da/printed by

ELCOGRAF S.p.A.  
Via Mondadori, 15 - Verona  
Stabilimento di Verona  
nel mese di dicembre/in December 2015



Questo periodico è iscritto alla FIEG  
This magazine is member of FIEG  
Federazione Italiana Editori Giornali

© Copyright 2016 Arnoldo Mondadori Editore  
S.p.A. - Milano. Tutti i diritti di proprietà  
letteraria e artistica riservati. Manoscritti e foto  
anche se non pubblicati non si restituiscono.





**Chantal**, design by Doriana e Massimiliano Fuksas

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

**SLAMP**<sup>®</sup>  
THE LEADING LIGHT





**NOSTROMO**  
**ACCIAIO INOSSIDABILE**  
Davide Mercatali

**Fantini Milano**  
Via Solferino, 18  
20121 Milano  
Ph. +39 02 89952201  
fantinimilano@fantini.it

**Fratelli Fantini SpA**  
Via M. Buonarroti, 4  
28010 Pella (NO)  
Ph. + 39 0322 918411  
fantini@fantini.it

 **FANTINI**  
RUBINETTI  
[www.fantini.it](http://www.fantini.it)