

**DESIGN FOR 08**  
**MADE IN ITALY**  
sistema design nelle imprese di Roma e del Lazio



# Furniture & Lighting Design

Mario Marengo

Gabriele Rosa

Mario Ceroli

Hong Kong Design Centre

Covo

Ora Acciaio

Unopiù

Elshine

Mim

**diid**



**DESIGN FOR 08**  
**MADE IN ITALY**  
sistema design nelle imprese di Roma e del Lazio

# Furniture & Lighting Design



**Direttore responsabile | Managing Director**

Tonino Paris

**Direttore | Director**

Carlo Martino

**Coordinamento scientifico | Scientific Coordination Committee**

**Osservatorio scientifico sul Design** del Dipartimento DATA: Design, Tecnologia dell'Architettura, Territorio e Ambiente.  
Sapienza Università di Roma

**Redazione | Editorial Staff**

Luca Bradini  
Nicoletta Cardano  
Ivo Caruso  
Paolo Ciacci  
Emanuele Cucuzza  
Antonio Las Casas  
Sara Palumbo  
Filippo Pernisco  
Felice Ragazzo  
Clara Tosi Pamphili  
Monica Scanu  
Graziano Mario Valenti

**Segreteria di redazione | Editorial Headquarter**

Via Flaminia 70-72, 00196 Roma  
tel/fax +39 06 49919016/15  
info@disegnoindustriale.net

**Traduzione | Translations**

Claudia Vettore

**Progetto grafico | Graphic design**

Roberta Sacco

**Impaginazione | Production**

Sara Palumbo

**Editore | Publisher**

Rdesignpress

Via Angelo Brunetti 42, 00186 Roma  
tel/fax +39 06 3225362  
e-mail: info@disegnoindustriale.net

**Distribuzione librerie | Distribution through bookstores**

Joo distribution – Milano

**Distribuzione estero | Distribution for other countries**

S.i.e.s. srl – Milano  
20092 Cinisello Balsamo (MI), via Bettola 18  
tel. 02 66030400 – fax 02 66030269  
www.siesnet.it e-mail sies@siesnet.it

**Stampa | Printing**

Tipografia Ceccarelli, Grotte di Castro - VT

**DESIGN FOR  
MADE IN ITALY**

sistema design nelle imprese di Roma e del Lazio

n°8\_2010

allegato alla rivista

**diid**\_disegno industriale industrial design

Rivista bimestrale di formazione e ricerca  
Bimonthly magazine of training and research

Registrazione presso il tribunale di Roma 86/2002 del 6 marzo 2002  
ISSN: 1594-8528

- 04 \_ 11** **Topic\_Furniture&Lighting Design**  
Un ricco contributo | *A rich contribution\_Tonino Paris*  
In nome dell'arte | *In the name of art\_Carlo Martino*
- La Cultura del Design verso nuove forme espressive | *The Design Culture aiming at new expressive forms\_Pierpaola D'Alessandro*
- 12 \_ 35** **Designer**  
**Mario Marengo e Gabriele Rosa**  
Voglia di destabilizzare | *Desire for destabilization\_Monica Scanu*
- Mario Ceroli** L'arte nell'oggetto d'uso | *Art in useful objects\_Luca Bradini*
- Designer a km 0, design senza confini | *Designers at 0 km – Design without Borders\_Domitilla Dardi*
- Designer\_index**
- 36 \_ 43** **International Focus**  
**Hong Kong Design Centre**  
HK. Prodotto interno lordo: Design | *HK. Gross domestic product: Design\_Loredana Di Lucchio*
- 44 \_ 67** **Factory**  
**Covo** Un melting-pot progettuale | *A Design Melting-Pot\_Ivo Caruso*
- Ora Acciaio** Tradizione all'avanguardia | *Cutting edge tradition\_Filippo Pernisico*
- Unopiù** Abitare fluido. Nello spazio, nel tempo | *Fluid living\_Paola Iacobellis*
- Arredo al Centro | *Furniture at the Heart of the Country\_Felice Ragazzo*
- Factory\_index**
- 68 \_ 77** **Innovation & Tradition**  
**Elshine** Luce all'innovazione | *A new light for innovation\_Antonio Las Casas*
- MIM** Eccellenza e avanguardia nel furniture design a Roma | *Excellence and the avant-garde in furniture design in Rome\_Nicoletta Cardano*
- 78 \_ 79** **Lsd \_ la sapienza design factory**

## Topic\_ Furniture&Lighting Design

Un ricco contributo | *A rich contribution*

Tonino Paris

A conferma della tesi di un Design Italiano diffuso su tutto il territorio nazionale, proprio l'indagine sul design dell'arredamento, dei complementi e dell'illuminazione nel Lazio raccolta in questo numero, dimostra che anche questa regione, come molte altre più periferiche rispetto alla Lombardia, ha contribuito e tutt'oggi alimenta la gloriosa fama del prodotto disegnato e fabbricato in Italia. Il settore dell'arredamento, tra i più solidi nel nostro paese, è quello che meglio ci identifica culturalmente perché più vicino alla cultura dell'abitare, alle tradizioni artigianali e alle espressioni artistiche del nostro paese. Il Lazio, con alcune vicende produttive di eccellenza, sia del passato, come Stildomus e Mim, Pallucco e Forma e Memoria, sia del presente come Unopiù, Ora Acciaio e Covo, ha largamente arricchito e continua ad alimentare l'offerta nazionale nell'arredamento di qualità. Offerta in cui è ampiamente coinvolto anche il sistema delle professioni. Designer quali Marengo o Rosati hanno collaborato con grandi brand del settore come Arflex, B&B, Poltrona Frau e Fontana Arte, disegnando pezzi emblematici del Design Italiano, così come ambiscono a farlo giovani designer appena usciti dalla scuola, come Gabriele Rosa, neolaureato in design alla Sapienza, che in pochi anni ha guarnito il suo portfolio di prestigiose collaborazioni, come quelle con Cappellini, Zanotta, Antonio Lupi e Pallucco. Un bilancio attivo, quello del Design dell'arredamento del Lazio, che dimostra una vitalità su cui potranno incidere sempre di più in futuro la ricerca e la formazione.

*The examination of furniture, accessories and lighting design in Lazio in this issue of the magazine confirms the idea that Italian Design is spread across the country and shows that this region, like many others that are more peripheral than Lombardy, has contributed to and continues to enhance the excellent reputation of products that are designed and made in Italy. The furniture trade is unquestionably one of the most solid in our country, and it is the one that best identifies us culturally because it is closest to the lifestyle, craft traditions and artistic expression of our nation. With its superb production experiences in the past, such as Stildomus, Mim, Pallucco and Forma & Memoria, and the present, for example Unopiù, Ora Acciaio and Covo, the Lazio region and its distinctive qualities have broadly enriched and continue to add to the nation's range of quality furnishings. The region's professional figures play a big part in these offerings. Designers such as Mario Marengo and Guido Rosati have worked with big brands from the trade such as Arflex, B&B, Poltrona Frau and Fontana Arte, designing emblematic pieces. This is also the aim of young designers who have recently finished their schooling, such as Sapienza University design graduate Gabriele Rosa, who in the space of just a few years has filled his portfolio with a number of prestigious collaborations, including with Cappellini, Zanotta, Antonio Lupi and Pallucco. The Furnishings Design scene in Lazio is in good shape and research and training will be able to influence its vitality to an ever greater extent in the future.*



## Carlo Martino

### In nome dell'arte | *In the name of art*

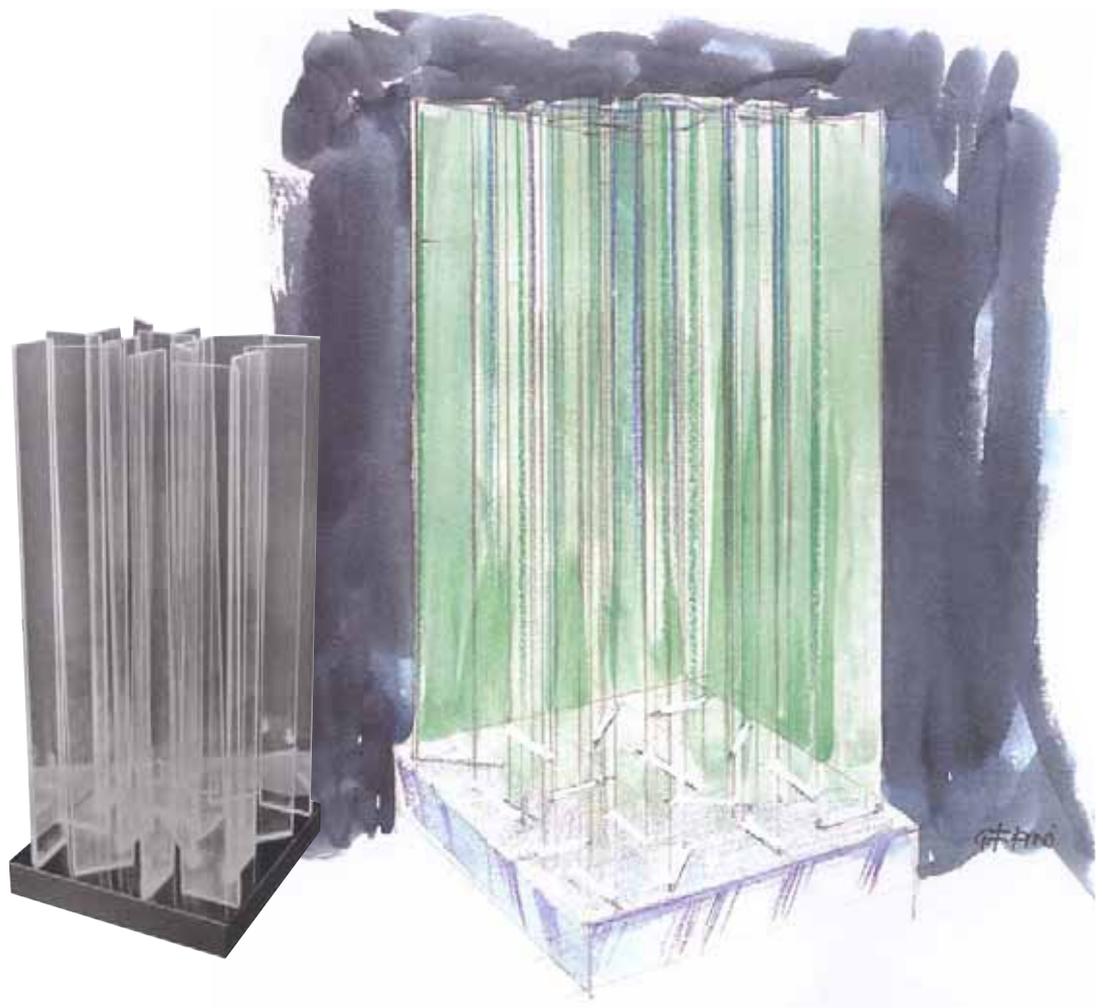
Tra i percorsi di approfondimento sul design nel Lazio non poteva mancare un'incursione nei settori dell'arredamento, dei complementi d'arredo e dell'illuminazione, perché anche in questi ambiti si delineano specificità di cui è interessante dibattere.

Il Lazio quindi non si fa mancare nulla. Abbiamo visto quanto si progetta, si produce e si sperimenta circa imbarcazioni, aerei e abitacoli spaziali, biotecnologie, moda e alta oreficeria, ma anche mezzi di trasporto e poi arredo bagno e design lapideo. Non potevano mancare, nel grande mosaico che stiamo componendo le tessere del mobile e dell'illuminazione. In questi ambiti merceologici non possiamo affermare che ci troviamo di fronte a distretti di filiera, come a Cantù, o a Manzano, né tantomeno in situazioni produttive diffuse e ben distribuite sul territorio come a Colle Val D'Elsa o a Pesaro, quanto piuttosto a una campionatura. A una presenza cioè sporadica di dignitosi casi imprenditoriali, che sembrano più rispondere a un fabbisogno differenziato di artefatti per l'arredamento di case, uffici e luoghi aperti, che ad una precisa strategia merceologica. Di tutto un po'. Presenza di parti di un sistema complesso qual è appunto quello dell'industria dell'arredamento. Per cui abbiamo individuato e raccontato importanti storie associabili alle diverse tipologie di arredi, di luci e di complementi, dai mobili della tradizione ebanistica, agli arredi per outdoor, ai mobili per ufficio, all'illuminazione tecnica e decorativa. Storie ad alta risonanza nazionale e internazionale, nate e sviluppatesi in contesti storici, culturali e territoriali diversi, ma tra cui scorre un sottile fil rouge: l'arte.



Derby, Bruno Munari, per Stildomus, 1967. Poltroncina per l'omonimo locale milanese: economica, leggera, girevole, impilabile. | *Derby, Bruno Munari, for Stildomus, 1967. Small armchair for the Derby shop in Milan: cheap, lightweight, revolving and stackable.*

Torcello Ribaltina, Afra Tobia Scarpa, per Stildomus, 1964. | *Torcello, droping chest, Afra Tobia Scarpa, for Stildomus, 1964.*



Storie imprenditoriali in cui il design è da sempre stato avvertito come un elemento centrale e strutturante, messo costantemente in risalto attraverso le continue contaminazioni con le arti visive. È questa la chiave che ha distinto in passato l'attività di aziende del mobile come la MIM – Mobili Italiani Moderni – fondata nel 1957 a Roma, e per la quale Ico Parisi aveva immaginato "l'integrazione delle arti", o come la Stildomus, in cui il visionario Aldo Bartolomeo, con Bruno Munari, Pino Tovaglia, Afra e Tobia Scarpa, si era circondato di stimolanti collaborazioni artistiche.

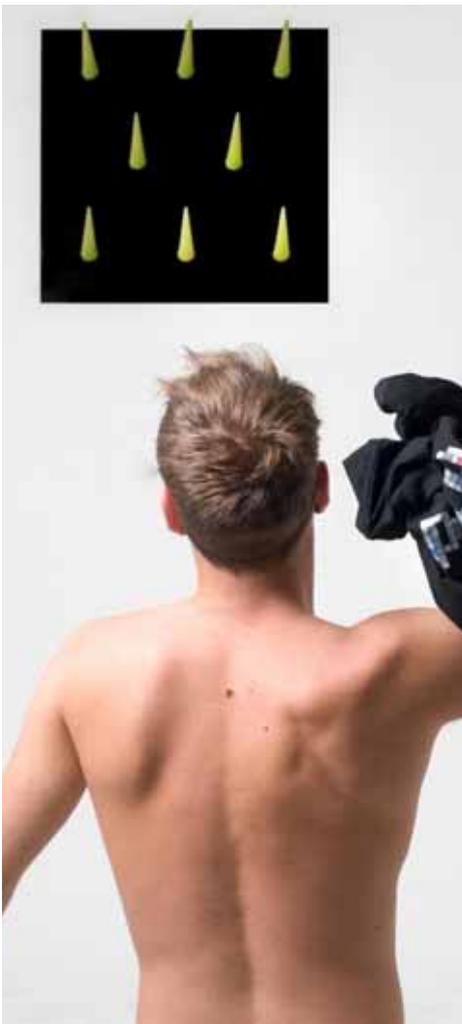
Anche le vicende della New Lamp, la piccola azienda di lampade sulla via Tiburtina, qualche anno più tardi, ricalcano questo copione, legandosi alla figura dell'architetto Gianfranco Fini, che a lungo aveva frequentato gli artisti della Scuola di Piazza del Popolo: Mario Schifano, Giosetta Fioroni, Tano Festa e Franco Angeli. Da qui le lampade ispirate all'arte cinetica o programmata. È l'arte, infatti, ad influenzare fortemente il design dell'arredamento e dell'illuminazione del Lazio, come abbiamo voluto sottolineare attraverso la testimonianza di Mario Ceroli, artista e homo faber, che nel suo laboratorio di Roma, ha sviluppato numerosi progetti di mobili, tra cui le note sedute per l'azienda toscana Poltronova. Un'arte che si muove tra architettura, pittura, scultura, e cinema, da cui le ragioni, o dello spiccato postmodernismo degli oggetti di Paolo Portoghesi e di una sensibilità quasi teatrale dei lavori di Mario Marengo.

È colto l'approccio al design anche delle aziende più recenti, come COVO che lega il suo nome a profili di spicco della scena internazionale del design contemporaneo, così come lo è quello dei giovani designer che si muovono tra segno e performance, come i Paula o l'intervistato Gabriele Rosa. Una contaminazione, quella con le arti, che negli ultimi anni è stata fortemente valorizzata, e che il sistema design Lazio deve continuare a favorire, nell'ottica di una più forte consapevolezza della propria identità e della propria origine, ed in funzione di una visibilità sempre più internazionale.



Gianfranco Fini, lampada  
Morgana, New Lamp, 1969. |  
Gianfranco Fini, *Morgana light*,  
New Lamp, 1969.

Mim, vetrina dello showroom  
di Piazza Augusto Imperatore,  
Roma. | *Mim*, showroom in Piazza  
Augusto Imperatore, Rome.



*A series of in-depth looks at design in the Lazio region simply could not fail to include investigation of the furniture, accessories and lighting trades, because they offer some distinctive and interesting topics for debate.*

*Nothing seems to be missing in the Lazio region. We have looked at design, production and experimental work involving boats, aeroplanes, space cockpits, biotechnology, fashion and refined jewellery, not to mention means of transport, bathroom suites and stone. Furniture and lighting are two more tiles to fit into the vast mosaic that we are making. In these fields, it would not be true to state that our region boasts industrial districts like Cantù or Manzano, nor are there widespread, well-distributed production systems like those in Colle Val D'Elsa and Pesaro. It could be more accurately described as a scattered set of fine business models, which seem to respond more to a varied demand for furnishing homes, offices and open spaces than to a precise goods-based strategy. There is a bit of everything in the complex system of the furniture industry. Therefore, we have picked out and told some important tales involving the different types of furnishings, lights and accessories – from furniture made by joiners to outdoor items, pieces for offices and technical and decorative lighting. These stories have national and international prominence. They came into being and developed in different historical, cultural and territorial settings, but there is a common thread binding them together: art.*

*In these business ventures, design has always been seen as a central, structural element, which constantly stands out due to the ongoing crossovers with the visual arts. This is what in the past distinguished the activities of furniture companies such as*



*MIM – Mobili Italiani Moderni – which was founded in Rome in 1957 with plans by Ico Parisi for 'integration of the arts', or Stildomus, where the visionary Aldo Bartolomeo surrounded himself with such stimulating artistic contributors as Bruno Munari, Pino Tovaglia and Afra and Tobia Scarpa.*

*A few years later, a small lamp company called New Lamp on Via Tiburtina followed in their footsteps, working with the architect Gianfranco Fini, who had spent a long time with the artists from the Piazza del Popolo school: Mario Schifano, Giosetta Fioroni, Tano Festa and Franco Angeli. This led to lamps inspired by kinetic or programmed art. Art has a strong influence on furniture and lighting design in Lazio, as we underlined with the account of Mario Ceroli. In his Rome workshop, this artist and homo faber has worked on numerous furniture projects, including his famous chairs for the Tuscan company Poltronova.*

*The art moves between architecture, painting, sculpture and cinema. It can be seen in the prominent postmodernism of the items by Paolo Portoghesi and the almost theatrical sensitivity of the works of Mario Marengo.*

*There is also a look into more recently established companies such as COVO, which works with big contemporary names in international design, and the approach of young designers moving between signs and performances, for example Paula and our interviewee Gabriele Rosa. The crossover with the arts has gained a great deal of prestige in recent years and must continue to be encouraged by the Lazio design system, in order to achieve greater awareness of its own identity and origins, as well as an increasingly international profile.*

Wardrom, Paula, guardaroba verticale, 2007. | *Wardrom, Paula, vertical wardrobe, 2007.*

Solid\_ho, Paula, orologio minimal da parete, 2009. | *Solid\_ho, Paula, clock, 2009.*

Massimiliano Fuksas e Doriana Mandrelli, Lavinia, IGuzzini, Sistema di apparecchi per l'illuminazione in alluminio. | *Massimiliano Fuksas e Doriana Mandrelli, Lavinia, IGuzzini, aluminium system of lights.*

## Pierpaola D'Alessandro\*

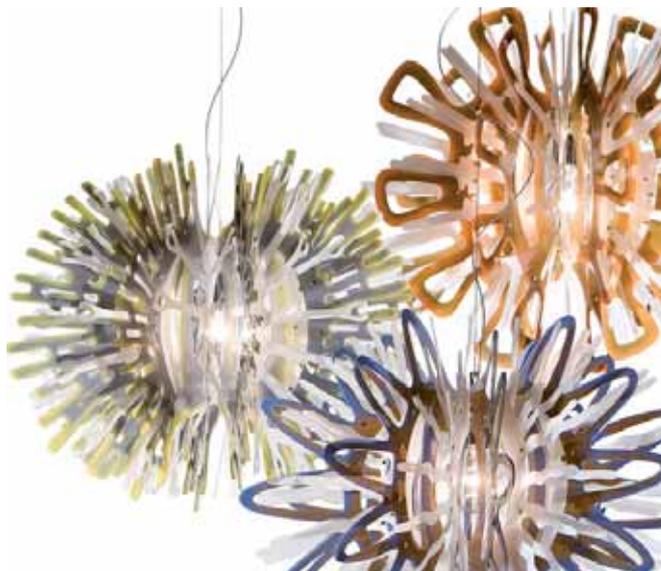
### La Cultura del Design verso nuove forme espressive | *The Design Culture aiming at new expressive forms*

\*Direttore Affari Industriali  
Sviluppo Lazio S.p.A. |  
Director of Industrial Affairs  
Sviluppo Lazio S.p.A.

Storicamente il design, in Italia, ha influenzato lo sviluppo industriale ed il mercato, così come ha avuto influssi determinanti sulla società e sulla cultura del quotidiano. Un ruolo, quello della creatività, che ha contribuito alla crescita dell'economia grazie al processo di osmosi ed agli "incroci" tra tradizione e tecnologia, estetica ed innovazione di prodotto e di processo.

Anche il Lazio ha vissuto questo fenomeno divenendo un'area in cui si è affermata una vera e propria cultura del design e dove le migliori realtà produttive hanno sostenuto una politica di valorizzazione del prodotto legata alla creatività.

Provengono dal territorio regionale esempi interessanti di aziende conosciute a livello internazionale, e che sono rappresentate in maniera puntuale, nelle pagine di questa monografia, ed i cui prodotti ad alto contenuto di design, rappresentano il primo ambasciatore del made in Italy - made in Lazio nel mondo. In particolare questo vale



sia per quelle filiere produttive apparentemente estranee all'elemento design che, naturalmente per comparti classici, come la moda, la gioielleria, la nautica ma anche l'arredamento ed i complementi di arredo, dove l'esplorazione di nuovi materiali, di tecnologie e di elementi creativi ha portato a sperimentare nuove forme espressive ed a metterle in produzione. Protagoniste assolute sono le filiere d'eccellenza legate al comparto dell'arredamento ed ai complementi d'arredo, produzioni ad alto contenuto di design dove il made in Italy - made in Lazio è valorizzato attraverso elementi immateriali come creatività, storia e tradizioni, che incontrano le tecnologie più innovative e danno vita a oggetti che trasmettono, così, emozioni ed evocano la nostra identità culturale. Ma soprattutto fattori distintivi in grado di rendere "riconoscibile" il prodotto rendendolo competitivo sui mercati esteri, anche quelli più esigenti. Il Design diviene così la magica chiave d'accesso per i mercati internazionali.

*Historically, design in Italy has influenced industrial development and the market, as well as having decisive effects on society and everyday culture. Creativity has contributed to the growth of the economy thanks to the process of osmosis and combinations of tradition and technology, aesthetics and innovation of products and processes.*

*Lazio has also experienced this phenomenon. It has become a region where a genuine design culture has established itself and the best manufacturers have supported a policy to promote products associated with creativity.*

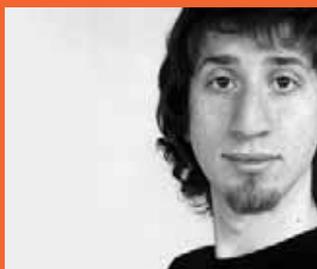
*In the local area there are some interesting internationally famous companies. They are accurately portrayed in the pages of this publication and their products – with their high design input – are leading ambassadors across the globe of all that is made in Italy and made in Lazio. This is true both of those industries that seem to have no design*



*element and of the classical areas of business such as fashion, jewellery and boating, not to mention furnishings and fittings, where the exploration of new materials, technologies and creative elements has brought about experimentation with fresh expressive forms and their utilization in production. A starring role is played by the production chains for furnishings and fittings, which are renowned for their excellence. Their products have a large amount of design input and they help to enhance the reputation of the Made in Italy - Made in Lazio label with intangible elements such as creativity, history and traditions, which come together with the most innovative technology in items that are a delight to behold and convey our cultural identity. Above all, these distinctive aspects mean that the goods are 'recognizable', therefore making them competitive on foreign markets – even the most demanding ones. Design thus becomes the magic key that unlocks the international markets.*

## Designer

Monica Scanu



Generazioni di designer a confronto. Il primo, Mario Marengo, classe '33, architetto, noto soprattutto per alcuni sofisticati prodotti, come il divano Marengo prodotto da Arflex ed ancora in produzione in Giappone, ed anche per una sua fama personale, raggiunta attraverso la partecipazione a trasmissioni televisive e radiofoniche. Ha collaborato negli anni con le grandi aziende italiane di design: Arflex, Bernini, Comfortline, Valenti, Living, Swan, Naos, Milano Bedding, Cyrus company, Poltrona Frau, Molteni, Carwash, Fiam Italia, e altri, e con le notissime case automobilistiche FIAT, Lancia, Alfa Romeo. Nel campo del furniture and lighting design, la cifra stilistica dei suoi lavori è rappresentata da una rigorosa essenzialità e linearità nelle forme, come la lampada Mera per Artemide, il tavolo Mimì per B&B Italia e il divano - letto My-Go per Altana. Oggi condivide lo studio Marengo Design con la giovane Viviana Ponselè, Domenico Mauro, lo "spirito critico" dello studio, e il caro amico artista Franco Onali. Continua a progettare architettura e con i suoi collaboratori disegna sedie, divani trasformabili, accessori per le sue aziende di riferimento. Marengo non ama perdersi in chiacchiere, preferisce che a parlare siano le sue opere: prodotti, arredi, lampade, architetture. Il secondo, Gabriele Rosa, classe '82, si è formato all'Università La Sapienza, e vive e lavora a Roma. Opera anche nell'ambito della comunicazione e collabora con entusiasmo e successo con aziende di alto livello. Al Salone del Mobile di Milano 2010 abbiamo potuto vedere due suoi nuovi prodotti dalle linee pure: l'innovativo ed essenziale lavabo Frame disegnato per Antonio Lupi, e il mobile contenitore Clino, per Pallucco. Rosa è lucido, concreto e con le idee chiare, come traspare dalle sue parole e dai suoi prodotti.

*Designers from different generations going head to head. The first is Mario Marengo, an architect born in 1933. He is mostly known for some sophisticated products – such as the Marengo sofa made by Arflex, which is still being manufactured in Japan – and for his personal fame due to appearances on radio and television programmes. Over the years, Marengo has collaborated with big Italian design companies including Arflex, Bernini, Comfortline, Valenti, Living, Swan, Naos, Milano Bedding, Cyrus Company, Poltrona Frau, Molteni, Carwash and Fiam Italia, as well as the internationally renowned car manufacturers FIAT, Lancia and Alfa Romeo. His style in the field of furniture and lighting design is based around austere simplicity and linearity in the forms, as can be seen in the Mera lamp for Artemide, the Mimì table for B&B Italia and the My-Go sofa-bed for Altana. He now shares the Marengo Design office with the youthful Viviana Ponselè, the firm's 'critical spirit' Domenico Mauro and the artist Franco Onali, who is a dear friend of his. He continues to work on architectural projects and with his team he designs new chairs, transformable sofas and accessories to propose to his partner companies. Marengo isn't a big conversationalist and prefers to let his work do the talking: products, furniture, lamps and architecture. The second one is Gabriele Rosa. He was born in 1982, studied at Sapienza University and lives and works in Rome. He also works in the field of communication and makes enthusiastic, successful contributions to companies of a high standing. At Milan's International Furniture Fair in 2010 two of his new products with pure lines were on show: the innovative and basic Frame washbasin designed for Antonio Lupi, and the Clino cabinet for Pallucco. Rosa has a lucid, practical approach and clear ideas, as revealed by his words and his products.*

Mario Marengo, Gabriele Rosa.  
Ritratti. | Portraits.

Mario Marengo, Poltrona Marengo con pouf, Arflex, 1970. | Mario Marengo, Marengo sofa with pouf, Arflex, 1970.



### Voglia di destabilizzare: Mario Marengo e Gabriele Rosa | *Desire for destabilization: Mario Marengo and Gabriele Rosa*

Quali sono i motivi ispiratori e le suggestioni nella sua attività progettuale?

**M.M.** Io ho sempre cercato di non essere scolastico, ma piuttosto aperto alle trasformazioni ed alla sperimentazione. Nella mia esperienza personale un momento importante è stato il razionalismo delle forme, del quale sono andato a cercare le fonti nel nord Europa e negli Stati Uniti.

Queste suggestioni hanno preso corpo sia nella realizzazione di mobili ed arredi di serie, sia nei concorsi internazionali, come quelli per il centro commerciale di Beirut, il centro congressi di Roma Eur, quello per le case a basso costo in Ghana, e il Concorso Appalto per un quartiere di case popolari a Bari. Retrospectivamente si è sempre trattato di un allargamento dei miei confini mentali.

**G.R.** Le ispirazioni per un progetto a volte si trovano dove meno te lo aspetti. Spesso il lavoro progettuale trae alimento da luoghi, ambienti, persone, situazioni, letture, modi di vivere che mi colpiscono e che stimolano l'evoluzione di un prodotto. Considero comunque la componente creativa sicuramente importante, come lo sono però anche le altre componenti del lavoro. Io sono sempre stato un po' scettico nel sentir parlare di ispirazione; questo termine mi ricorda la concezione degli antichi greci secondo cui il respiro di Dio guidava il poeta. Oggi il design è una professione in cui è necessaria non solo creatività ma molta ricerca, lavoro e competenza, in particolare nella conoscenza del mercato.

Qual è stata (nel corso degli anni) l'evoluzione della sua cifra stilistica nel design di arredi?

**M.M.** Sia nei miei progetti di architettura che in quelli di design, il mio obiettivo è sempre stato quello di sperimentare, di perseguire obiettivi tecnologicamente avanzati. La cifra stilistica dei miei prodotti è la



Gabriele Rosa, Pablo mirror, Zanotta, 2008. pannelli di specchio sovrapposti e incollati, predisposti per il fissaggio orizzontale o verticale a parete, tramite nottolini in acciaio inox saldati direttamente sui cristalli. | *Panes of glass overlapped and bounded, ready to be mounted on the wall either horizontally or vertically using stainless steel ratchets welded directly onto the glass.*

conseguenza di una evoluzione basata principalmente sulla ricerca e sulla sperimentazione.

Nella produzione in collaborazione con diverse importanti aziende italiane, i miei prodotti si distinguono per le loro chiare connotazioni razionaliste e funzionali, e per il design semplice e sofisticato.

**G.R.** Non è da molto tempo che disegno prodotti ma posso riconoscere alcune costanti che sempre più stanno caratterizzando il mio lavoro.

Ad esempio, questa mia voglia di destabilizzare, che nasce dal desiderio di fare prodotti innovativi che non siano facilmente posizionabili in categorie esistenti.

E quando riesco a suscitare con i miei prodotti meraviglia e curiosità nelle persone, ho raggiunto uno dei miei obiettivi.

**Cosa è rimasto oggi del design di 20 – 30 anni fa?**

**M.M.** Sono rimasti i significati: i capitoli e gli episodi espressivi nella storia del design restano un riferimento anche oggi, com'è sempre accaduto negli anni.

Se mi guardo attorno vedo moltissimi oggetti progettati vari anni fa. Oggetti che sono diventati delle icone, e che hanno un loro posto importante nelle case italiane, e nel mondo. Oggi vedo molto fermento, ma mi sembra che i risultati veri, gli oggetti compiuti da tutti i punti di vista, vengano ottenuti solo da chi sperimenta e lavora sulla tecnica e sulla tecnologia.

**G.R.** Credo che il tempo come sempre spazzi via il resto e lasci solo le cose che contano.

Un grande numero di prodotti degli anni '60 e '70 che rappresentano uno dei momenti importanti del design d'arredo italiano e della storia del Paese, continuano a essere presenti nelle case di tutti.

Gli anni '80 e '90 non sembrano aver avuto la stessa forza, ma sono stati fondamentali per l'espandersi del design ad un pubblico più vasto.

I miei coetanei per le loro case subiscono un po' il fascino del passato, ma di fatto preferiscono un design nuovo, fresco, proprio del loro tempo.

©ROSA 09

Gabriele Rosa, collezione di lavabi Frame, prodotta da Antonio Lupi, 2010. I lavabi, costituiti da una cornice posta su un piano, sono intercambiabili tra loro. Il modello è brevettato (per altri dettagli, vedere il sito del designer [www.gabrielerosa.com](http://www.gabrielerosa.com)). | *Frame, a collection of sinks by Antonio Lupi, 2010. The sinks have a frame set on a flat surface and are interchangeable. The model is patented (for further details see the designer's website [www.gabrielerosa.com](http://www.gabrielerosa.com)).*

Quali sono, a suo avviso, le tendenze evolutive nel  
furniture e nel lighting design

**M.M.** Riconosco oggi una tendenza generale ad impiegare etimi e stilemi che chiameremo "mondani". Le reali tendenze evolutive restano a mio avviso quelle basate sulla ricerca tecnologica.

**G.R.** Il furniture design è come se fosse un costante work in progress: vengono presentati e sviluppati migliaia di prodotti tra sedie, divani, tavoli, etc. ma poi quelli che effettivamente rappresentano un passo in avanti sono pochi, gli altri sono esperimenti, oppure tentativi di imitazione. Sicuramente partendo da questo contesto non è facile tracciare tendenze per il futuro immediato. Credo che si assista in questo periodo ad una molteplicità di micro - tendenze e a degli individualismi non facilmente classificabili. Una sorta di eclettismo, in cui ogni designer o piccoli gruppi di designers portano avanti percorsi autonomi e propri stili personali. Credo che il fattore decisivo per il design italiano sia e sarà, al di là delle varie tendenze stilistiche, la qualità. Qualità nel design, nella produzione, nei materiali.

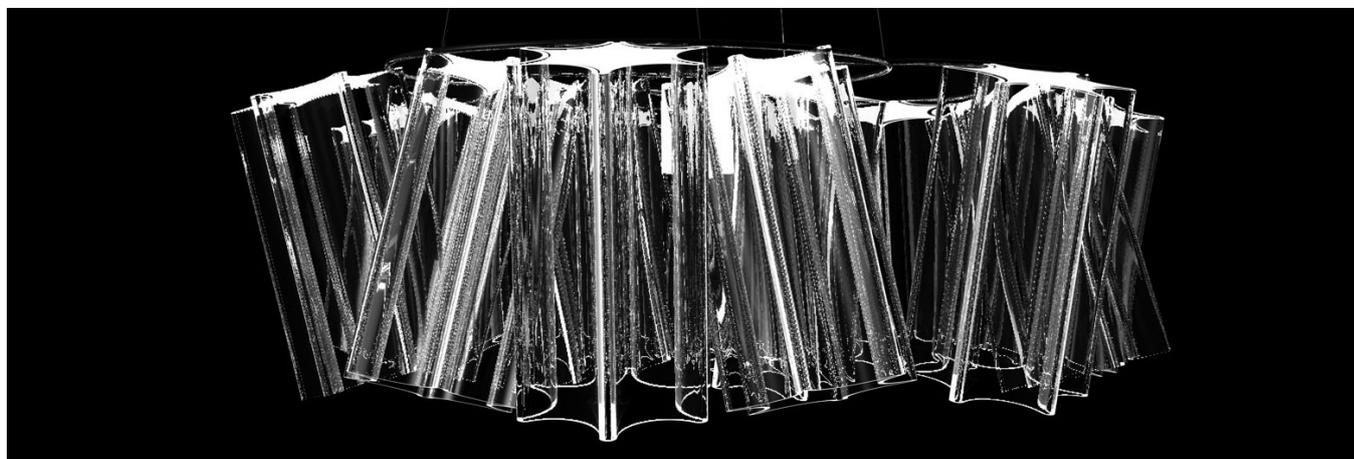




Mario Marengo, lampada a sospensione, proposta sperimentale, Artemide. | *Hanging lamp, experimental model.*

Mario Marengo, sedia Movie, Poltrona Frau, 1979 prodotta fino ad oggi. | *Movie chair, Poltrona Frau, 1979, still in production.*

Mario Marengo, Divano trasformabile Arflex, in produzione dal 1965 fino al 1992. | *Arflex transformable sofa, produced from 1965 to 1992 (due to a change of management).*



Quale è il rapporto fra il suo approccio progettuale e l'ecologia e la sostenibilità?

**M.M.** È un problema contemporaneo, come una presa di coscienza rispetto all'altra faccia dello sviluppo tecnologico, che costringe a pagare un prezzo molto alto. Abbiamo appena partecipato ad un concorso internazionale per una casa riservata alle classi medio basse in Ghana, e qui ci siamo confrontati con temi come l'ecologia e la sostenibilità, individuando soluzioni progettuali ecologicamente sostenibili. È stata una esperienza di grandissimo interesse, che ha suscitato grande entusiasmo nel nostro gruppo di lavoro.

**G.R.** Il problema della sostenibilità è un tema chiave a livello mondiale. Per quanto mi riguarda, ne tengo conto. Tuttavia, a me sembra che per ora il design abbia interpretato il tema della sostenibilità con troppa superficialità e focalizzandosi sul riuso e sul riciclo, e che i risultati, gli oggetti prodotti, non siano di buon livello. Io credo invece che sia meglio fare un prodotto bello ed innovativo, ed anche costoso, a patto che queste sue

caratteristiche facciano sì che le persone li tengano nelle loro case per decine di anni, piuttosto che realizzare prodotti con materiali riciclati, di basso costo, ma con un ciclo di vita molto limitato. Il ruolo fondamentale in questa partita, a mio avviso, lo giocano le grandi industrie, e gli organi internazionali, e che invece quello del design sia molto limitato.

È necessario fare chiarezza, capire meglio il senso di questa rivoluzione verde.

Qual è nel suo lavoro il rapporto fra la tecnologia e i materiali?

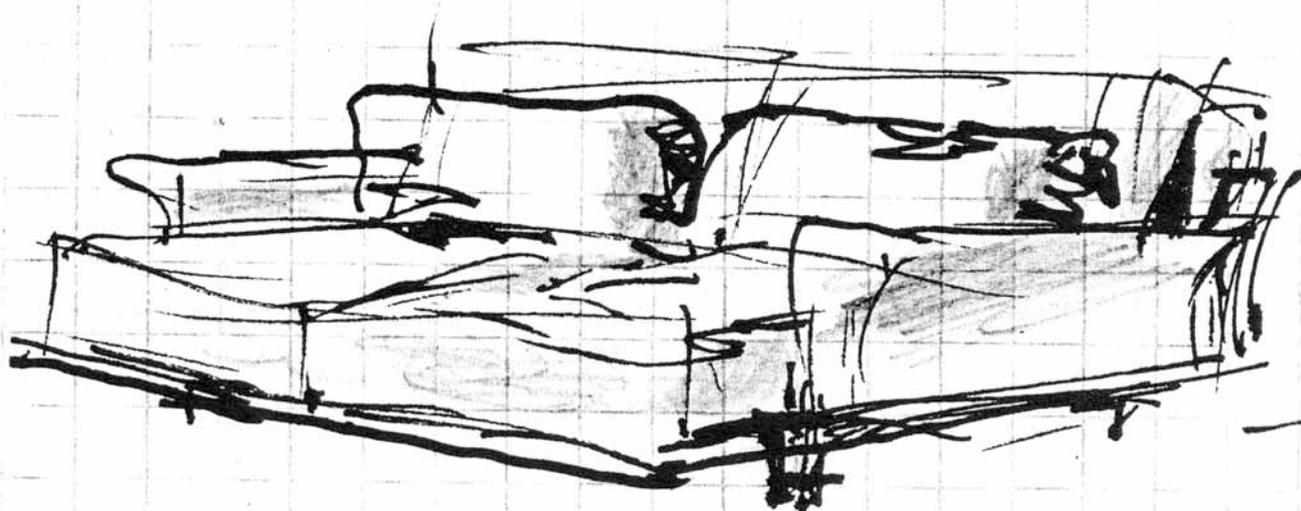
**M.A.** La base della mia attività risiede sostanzialmente nell'impiego tecnologico dei materiali.

La sperimentazione per me riguarda ambedue questi aspetti. Ne consegue sempre un arricchimento di esperienze significative.

**G.R.** Riuscire a sfruttare tecnologie nuove e materiali di qualità è sicuramente un traguardo che cerco di perseguire costantemente.



Conoscere bene una tecnologia consente di sfruttarne i vantaggi, ed anche di intervenire sui difetti. Non credo che il prodotto innovativo sia unicamente quello che utilizza una tecnologia o un materiale nuovo. Anzi, io spesso mi sono reso conto che, in particolare nel campo dell'arredamento, la manualità ed il tocco artigianale sono spesso fattori molto importanti.



Gabriele Rosa, Lavabo freestanding Ninfea, prodotto da Antonio Lupi, 2009. | *Ninfea freestanding sink, produced by Antonio Lupi, 2009.*

Gabriele Rosa, Mobile contenitore Clino, prodotto da Pallucco, 2010. Il mobile è rivestito in acciaio "super mirror", gli interni sono disponibili in diverse configurazioni. | *Clino cabinet, produced by Pallucco, 2010. Covered in 'super mirror', interiors are available in various in configurations.*



*What inspires and influences you in your work as a designer?*

*M.M. I have always tried to avoid being too scholastic and aimed to be open to transformations and experimentation. A key element in my personal experience was the functionalism of forms and I went to Northern Europe and the United States to seek out its origins. This influence has manifested itself both in mass-produced furniture and accessories and in international competitions, such as the ones for the shopping centre in Beirut, the EUR conference centre in Rome, the low-cost housing in Ghana and the competitive bid for a council housing estate in Bari. Looking back, it has always been a way of broadening my mental horizons.*

*G.R. You sometimes find inspiration for a project where you least expect it. My design work is often fuelled by places, environments, people, situations, interpretations and lifestyles that strike me and spur on the development of a product. I believe that the creative aspect is definitely important, but so are the other elements of the*

*work. I have always been a little sceptical when I hear people talking about inspiration; the word reminds me of the ancient Greek concept of the breath of God guiding poets. Nowadays design is a profession that requires not just creativity but also lots of research, work and know-how, especially in terms of market awareness.*

*Over the years, how has your personal style in furniture design evolved?*

*M.M. In both my architecture projects and the design ones, my objective has always been to experiment and pursue technologically advanced goals. The style of my products is the result of development that is mainly based on research and experimentation.*

*The products that I have created with big Italian manufacturers stand out due to their clear rationalist, functional characteristics and their simple, sophisticated design.*

*G.R. I haven't been designing products for long, but I can identify certain recurring features that are playing*



*an ever larger role in my work. For example, there is my propensity to destabilize, which is based on my desire to make innovative products that cannot be easily positioned in existing categories. When people react to my products with astonishment and curiosity, it means I have achieved one of my goals.*

*What still remains today of the design of 20 to 30 years ago?*

*M.M.* The meanings are still here: the expressive episodes and chapters from the history of design are still a source of reference today, as has always been the case over the years. If I look around me, I will see lots of items that were designed years ago.

*These objects have become icons and have an important place in homes in Italy and across the world. I see a lot of movement today, but it seems to me that the real results – the objects that are complete in every sense – are only achieved by people who experiment and work with techniques and technology.*

*G.R.* I believe that – as always – time only leaves the

*things that count and sweeps away the rest.*

*A large number of products from the 1960s and 1970s that are a fundamental part of Italian furniture design and the history of the country can still be found in people's homes.*

*The 1980s and 1990s don't seem to have had the same vigour, but they played a key role in opening up design to a broader section of the public. People my age show a little nostalgia for the past in their homes, but really they prefer the new, fresh design of their own time.*

*In your opinion, what trends can be seen today as furniture and lighting design evolve?*

*M.M.* I have noticed a general tendency to use etymons and stylistic elements that we could call 'worldly'. However, I remain of the opinion that the real development trends are those based on technological research.

*G.R.* Furniture design is like a constant work in progress: thousands of chairs, sofas, tables and other products are



*presented and developed, but few of them represent a real step forward. The rest are either experiments or imitation attempts. Given this situation, it is certainly not easy to outline trends for the immediate future. I believe that right now we are seeing a number of mini-trends and individual initiatives that are difficult to classify: a sort of eclecticism in which every designer or small group of designers is moving forward along an independent path with their own personal style. I believe that the decisive factor for Italian design is and will continue to be quality, over and above the various style trends. Quality in design, production and materials.*

*What is the relationship between your approach to design and ecology and sustainability?*

*M.M.* This is a contemporary issue and it involves awareness of the other side of technological development, which has a high price.

We recently took part in an international competition to create a house for the lower-middle/working classes in

*Ghana and we investigated matters such as sustainability and environmental friendliness, identifying ecologically sustainable design solutions.*

*It was an extremely interesting experience and our team became very enthusiastic about it.*

*G.R.* Sustainability is a key issue worldwide. It is something that I bear in mind.

*Nonetheless, it seems to me that so far design has dealt with sustainability too superficially.*

*It focuses on reuse and recycling and the results – the objects produced – are not of a good standard.*

*I think that it is actually better to make attractive, innovative (and also expensive) products, as long as these characteristics mean that people keep them in their homes for decades, rather than producing goods with low-cost, recycled materials that have a very short lifespan. In my opinion, the key role in these undertakings is played by the big companies and international organizations, while design can only make a very small contribution.*

Mario Marengo, divano  
Marengo, Arflex, 1970. Cuscini  
indipendenti collegati da una  
base in profilati metallici e  
puntali in plastica. Imbottitura  
in schiuma poliuretana e fibra  
acrilica rivestita di tessuto. | *Mario  
Marengo, Marengo sofa, Arflex,  
1970. Cushions connected by an  
independent base metal sections  
and ABS plastic. Foam padding  
polyurethane and acrylic-coated  
fabric.*

Mario Marengo, "Cynthia",  
Artemide. Lampada a sospensione  
in alluminio anodizzato, 1982.  
| *Mario Marengo, "Cynthia",  
Artemide. Stem suspension lamp  
in anodized aluminum, 1982.*

*We need more clarity and a better understanding of this  
green revolution.*

*In your work, what is the relationship between  
technology and materials?*

*M.M. The cornerstone of my work is essentially the  
technological use of materials.*

*As far as I'm concerned, experimentation involves both  
of these aspects. It always leads to enriching, significant  
experiences.*

*G.R. I constantly aim to exploit new technology and high  
quality materials, there is no question about that.*

*Being very familiar with a form of technology allows you  
to take advantage of its positive aspects and also to deal  
with its faults.*

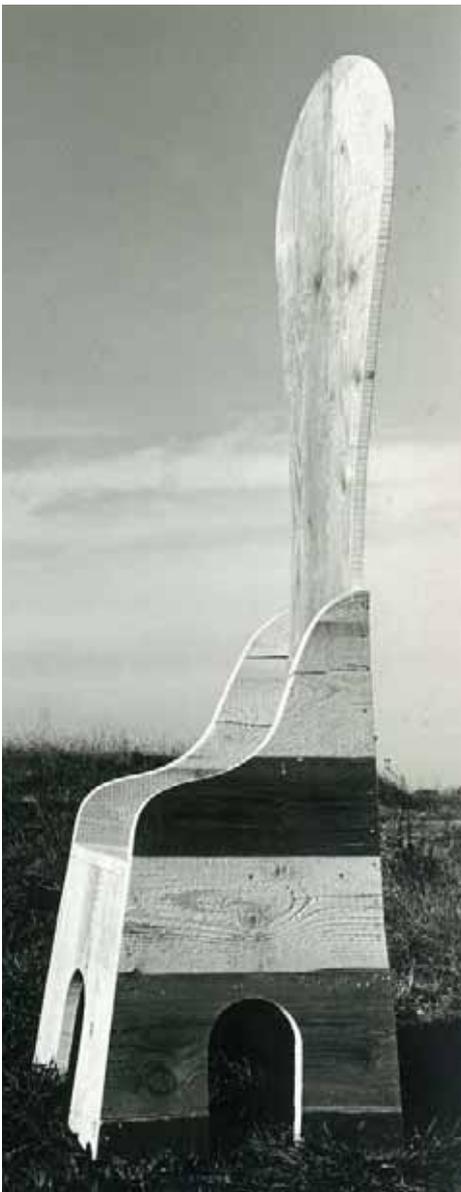
*However, I do not believe that a product has to use a  
new material or technology in order to be innovative.  
Indeed, I have often realized that manual skills and  
craftsmanship are frequently much more important,  
especially in the furniture business.*



**Luca Bradini**

Mario Ceroli: l'arte nell'oggetto d'uso | *Mario Ceroli: art in useful objects*

*"La sensibilità data ad un prodotto come il mio, che è meno confortevole di un oggetto d'arredo progettato da un arredatore, è una sensibilità diversa. In un oggetto d'arredo disegnato da un designer, è una cosa diversa. Nell'arredo del designer manca la relazione fra l'oggetto e la persona. Nel mio arredamento si trova questo tipo di relazione, forse anche a causa di questa mancanza di comfort... l'uso del legno grezzo contribuisce a creare questa relazione. Questi arredi sono, per me, sculture da toccare, da usare. Questo è il rapporto con i miei arredi"*  
(Mario Ceroli tratto da [www.mirabili.it](http://www.mirabili.it)).



Mario Ceroli, classe 1938, abruzzese, romano di adozione, è uno degli artisti più significativi dell'arte contemporanea italiana, portatore di un linguaggio autonomo e caposcuola per molti artisti. Ha sviluppato la sua ricerca nel tempo su diverse tematiche che hanno posto come elementi invariati l'utilizzo dei materiali "poveri e naturali" come il legno ed il vetro e l'uso di soggetti iconografici simbolici che attingono sia alla tradizione italiana rinascimentale e cinquecentesca, sia ad immagini antropomorfe contigue all'immaginario popolare. Ad una conoscenza personale presso la sua casa/laboratori/museo, la descrizione appena sintetizzata appare limitativa, perché nello scorrere le differenti opere, che quasi "teatralmente" popolano le ampie sale del suo magazzino/museo, ciascuna permette un'interpretazione ricca di contenuti che difficilmente possono limitarsi ai riferimenti storicizzati, seppur scorrendole ci si accorge di attraversare il lavoro di un protagonista assoluto di questi ultimi 40 anni. Ma il tema dell'incontro è quello di sondare e comprendere le azioni di Ceroli come artista e creatore di oggetti per l'arredo quotidiano. Il primo convincimento, anche da lui confermato, è che l'approccio all'oggetto d'arredo è stato dettato da una "necessità" base dell'uomo faber, che ha sviluppato una serie di oggetti d'uso e d'arredo dove il materiale e la semplicità, uniti alla consistenza, hanno determinato la creazione non progettata di semplici oggetti per l'abitare. Ciascuno di questi non ha singolare retorica, non è forma enfatizzata, ma appare come minima soluzione percorribile per dare corpo all'oggetto stesso. La particolarità è forse proprio l'approccio funzionalista all'oggetto che, prima di sembrare opera d'arte funzionale, appare oggetto della tradizione artigiana quasi contadina. Riprendendo la sua citazione, durante il dialogo durato un intero pomeriggio, cerco di affrontare il tema del suo lavoro applicato all'oggetto d'uso. Nella sua lunga descrizione, che testimonia l'amore incondizionato per il suo lavoro e il materiale preminente (il legno, pino russo, ottimo perché resinoso e resistente al tempo e ai tarli), si comprende la cifra comune del suo approccio all'uso della forma, che non è mai una volontà di compiere un'azione finita. Così anche i suoi oggetti non vogliono essere oggetti finiti, ma permettere, nella naturalezza dell'esaltazione del materiale quasi grezzo, di imporre una visione di un oggetto d'uso inconcluso, non finito. Il panorama del design attuale, soprattutto nella sua versione più industriale, sembra lontano anni luce dalla idea di Ceroli di oggetto



Mario Ceroli, Mobili nella valle  
1972.

Mario Ceroli, Rosa dei venti,  
1974.

d'uso; egli stesso si pone in una visione critica nei confronti dell'industrializzazione degli arredi che perdono consistenza e solidità a favore di una perfetta soluzione formale che dissimula l'azione "ludica" della realizzazione. L'autocostruzione dell'artigiano è ora sostituita dal montaggio del mobile di Ikea e questo è per Ceroli impoverimento assoluto dell'oggetto. In molte occasioni durante l'incontro il tema della "necessità" e del "bisogno" tornano nelle parole di Ceroli durante la descrizione delle sue opere. Così gli stessi elementi di arredo, lampade, tavoli, sedie, poltrone, esprimono nella loro forma semplice ed espressiva, l'azione di necessità che li hanno generati. Ceroli non progetta i suoi arredi, li costruisce direttamente credendoli unica soluzione possibile di arredo per il suo modo di abitare; non è un designer, non vuole esserlo, né sembra interessato a sembrarlo. Ceroli non pensa all'oggetto come elemento avulso ma come sistema in grado di costruire un ambiente, dove il materiale e la luce contribuiscono a formare un unico spaziale. La sua produzione di arredi è stata più volte utilizzata e commercializzata da aziende storiche come Poltronova, ma ad alcune mie domande specifiche, forse per motivi congiunturali, non manifesta interesse per quella esperienza. Per Ceroli, il luogo naturale di nascita delle sue opere resta il suo "laboratorio" che vuole sia pensato come una bottega d'arte rinascimentale, dove il momento dell'ideazione (o del progetto) è inscindibile dal momento della fabbricazione e realizzazione. La dilatazione delle fasi, ora estremamente complesse, che coinvolgono il mondo produttivo in un approccio articolato dove il momento dell'ideazione e del progetto è quasi sempre lontano dalla fase produttiva vera e propria, determina per Ceroli la perdita di una immediatezza creativa tra il momento del pensiero e quello della manualità realizzativa. In diverse opere viene ribadita l'assenza totale di una progettualità o costruzione a tavolino, per quanto poi in molte sue opere la costruzione minuziosa per piccole componenti sembra imprescindibile da una progettualità del pezzo. Tornando dall'esperienza del luogo dove Ceroli lavora e dopo aver avuto l'occasione di vedere dal vero molte delle sue opere, ci si rende conto che l'azione del suo lavoro è priva di una concettualizzazione teorica nascosta, ma piuttosto sempre enunciata nella chiarezza e nella brutalità espressiva del materiale inscindibile dal codice figurativo rappresentato; sia questa un'onda di vetro, un gigantesco Cristo crocifisso o una sedia.



*'The sensitivity given to a product like mine, which is less comfortable than a piece of furniture designed by a decorator, is of a different kind. Furniture designed by a designer is something different. In designers' furniture, the relationship between the object and the person is missing. In my furniture, you find this type of relationship, perhaps in part due to the lack of comfort... using raw wood helps to create this relationship. For me, these furnishings are sculptures to be touched and used. This is the relationship with my furniture' (Mario Ceroli on [www.mirabili.it](http://www.mirabili.it)).*



*Born in 1938 in the Abruzzo region, and Roman by choice, Mario Ceroli is one of the most significant artists of Italian contemporary art, bearing an autonomous language and serving as a leader for many artists. Over time, he has developed his research into a variety of areas which have always focussed on using 'poor and natural' materials like wood and glass, as well as symbolic iconographic subjects from both the Italian Renaissance and 15th century traditions, and from anthropomorphic images in popular imagination. Based on personal knowledge acquired in his home/studio/museum, this description appears limited, because in examining his works, which almost 'theatrically' people the large rooms of his warehouse/museum, one realises that each allows an interpretation rich in content that could hardly be restricted to historicised references. Rather in examining them, one realises that this is the work of an absolute protagonist of the past 40 years. However, it is through the theme of 'meeting' that one can sound and understand Ceroli's actions as an artist and creator of objects for daily living.*



*The first conviction, which he confirms, is that his approach to furnishings is dictated by a basic 'need' of the uomo faber, which leads to the development of a series of useful objects and furnishings where the material and simplicity, combined with the consistency, are the impetus for the unplanned creation of simple objects for living. Each of these has no single rhetoric, no emphatic shape, but appears to be the most direct route to creating the object itself. Their unique characteristic may be the functional approach to the object, which, before appearing to be a functional work of art, appears as an object from the craftsmanship tradition, and almost country-like. To return to his statement: during our discussion which lasted an entire afternoon, I tried to address the subject of his work as it applies to useful objects. In his long description, which reflects his unconditional love for his work and his preeminent material (wood: Russian pine, which is excellent because of its high resin content and resistance to time and termites), one discovers a common denominator in his approach to using shape, which is never a desire to perform a finished action. In the same way, his objects aren't intended to be finished objects either, but, as a natural exaltation of the almost raw material, impose a vision of an incomplete — unfinished — useful object. The current design scene, especially in its more industrial version, seems light-years from Ceroli's idea of useful objects. He himself takes a critical view of the industrialisation of furniture which lose consistency and solidity in favour of a perfect*





Mario Ceroli, Letto | bed, 1977.

Mario Ceroli, Letto Angeli | Angeli bed, 1977.

Mario Ceroli, Letto Bocca della verità | Bocca della verità bed, 1974.

Mario Ceroli, Letti ovali | Oval beds, 1977.

Mario Ceroli, Mobili nella valle 1972.

*formal solution which hides the 'playful' side of production.*

*The craftsman's construction has been replaced by the act of assembling Ikea furniture and Ceroli considers this an absolute impoverishment of the object. Many times during our discussion, Ceroli returned to the idea of 'necessity' and 'need' as he described his works. In their simple and expressive form, furnishings themselves — lamps, tables, chairs and armchairs — express the necessity that generated them. Ceroli doesn't plan his furniture, he constructs it directly, believing it to be the sole possible furnishing solution for his way of living; he's not a designer, and doesn't want to be one, nor does he seem interested in appearing to be one.*

*Ceroli doesn't think of the object as a remote element but as a system able to create an environment, where materials and light help create a unique space. His furniture has been used and sold by historic stores like Poltronova, but in response to some of my specific questions, perhaps because of the economic situation, he expressed no interest in going this route.*

*For Ceroli, the natural birthplace of his works remains his 'studio' which he wants to be thought of as a renaissance art shop, where the creative (or design) phase is inseparable from the production phase.*

*Ceroli believes that the dilation of the phases, which today are currently extremely complex and which involve the production world in an articulated approach where the idea phase is almost always far from the true productive phase, means that there is a loss of creative immediacy between the idea itself and the manual realisation of it. In showing various works, he reiterates the total absence of a paper design, even though the meticulous construction of small components in many of his works seems inseparable from the design of the whole. After visiting the place where Ceroli works and after having truly seen many of his works, one realises that they lack any hidden theoretical conceptualisation, but instead are always expressed in the clarity and brutal expressivity of the material that is intrinsically linked to the figurative code being represented - whether for a glass wave, a gigantic crucified Christ or a chair.*

## Domitilla Dardi

### Designer a km 0, design senza confini | *Designers at 0 km – Design without Borders*

Oggi basta un computer, una connessione rapida alla rete, una squadra di collaboratori e il problema della glocalità della professione di designer è risolto. Si può progettare anche in un locale pubblico di passaggio o in tram (come diceva Carlo Melograni) e poi dialogare con la casa produttrice, ovunque essa si trovi. In epoca di globalizzazione mediatica il designer, come qualunque altro professionista, ha acquisito la grande libertà di poter scegliere dove vivere meglio. E di farlo senza dover rinunciare a legami personali o alla luce che una certa latitudine garantisce per diversi mesi l'anno come non farebbe in altre realtà produttivamente più promettenti.

Alcuni progettisti all'ambiente eletto a proprio mondo personale non hanno rinunciato neanche quando internet e Freccia Rossa ancora non esistevano per semplificare le loro attività. Ecco allora che la mappa dei "designer a km 0" è inscindibile dalle storie personali, alcune fatte di un coraggio che ha sfidato le più comuni logiche carrieristiche.

#### **Gli architetti designer**

La più scontata delle conseguenze per un architetto che si trovi coinvolto in commesse di grande portata nel settore domestico o del retail è che venga investito da grandi aziende del ruolo di designer. È avvenuto ai grandi maestri del modernismo e continua a verificarsi oggi per molti progettisti. È il caso, ad esempio, di Massimiliano e Doriana Fuksas, che dall'esperienza come progettisti per gli store Armani nel mondo hanno realizzato alcune lampade entrate nel catalogo della iGuzzini Illuminazione. Qualcosa di molto simile è successo ad altri noti progettisti che hanno sede lavorativa a Roma: Lazzarini & Pickering, punte d'eccellenza dell'interior nautico e terrestre mondiale che firmano alcuni pezzi per Woodesign; o lo studio King e Rosselli che dall'esperienza nel settore alberghiero ha creato pezzi entrati in produzione per Flaminia e Poltrona Frau.

Più particolare la vicenda di Paolo Portoghesi: la sua storia di progettista di mobili e oggetti risente in maniera decisiva della formazione di storico e teorico. Grande conoscitore e appassionato del

Liberty e del Decò, nella sua produzione di design l'eco delle ricerche su Thonet e Hoffmann sono chiaramente ravvisabili nelle citazioni presenti nei mobili per Poltronova. Così come la stagione del Postmodernismo lo ha visto protagonista non solo come direttore della prima Biennale di Architettura di Venezia - quella della Strada Novissima e della mostra sull'Oggetto Banale, insieme ad Alessandro Mendini -, ma anche in quanto autore della prima stagione Alessi che consacrò gli architetti come progettisti di un gioco di scale dimensionali.

#### **Designer/produttori**

Se alcuni designer derivano dalla pratica dell'architettura, altri si distinguono per una spiccata attitudine imprenditoriale. Emblematica in tal senso la storia di Aldo Bartolomeo che a Pomezia nel 1956 fonda Stildomus, luogo di vendita ma soprattutto di produzione che coinvolge quelli che lo stesso Bartolomeo definiva "le belle persone", grandi maestri del calibro di Ico Parisi, Bruno Munari, Afra e Tobia Scarpa e Giorgio De Ferrari.

Negli anni '80 si colloca una altrettanto storica attività, quella di Paolo Pallucco, che si contraddistinguerà per una ricerca di edizione di maestri razionalisti quali Asnago e Vender, oltre che per una raffinata produzione personale oggi rappresentata dallo splendido tavolo Campo D'Oro, realizzato da De Padova. Sempre degli anni '80 è la fondazione dei Magazzini Forma e Memoria, riferimento del design nella capitale per oltre un decennio, fortemente voluto da Pino Pasquali, anch'egli progettista con al suo attivo alcuni pezzi di design di grande successo (suo il bestseller Gabbiano, lavabo per Agape). Oggi la condizione di ibrido designer/produttore è svolta, ad esempio, dal gruppo Artwo che lavora con un significato aggiuntivo - quello del coinvolgimento dei detenuti delle carceri romane - in un campo a metà strada tra artigianato e produzione industriale, tra manufatto artistico e pezzo di serie.

## **Da Roma al Made in Italy**

Partendo da Roma sono arrivati ad aggiudicarsi un posto nel Made in Italy alcuni importanti progettisti, alcuni specializzati nel mondo dell'arredo, altri più attivi in altri settori, ma con incursioni fruttuose nel furniture.

Fanno parte del primo gruppo Guido Rosati che realizza celebri imbottiti per BPA, Saba Italia, Flexform; così come Mario Marengo, autore per Arflex di una famosa serie che porta il suo nome, oltre a più ludici e smalzati pezzi per il marchio Miami Swing, curato dall'amico Renzo Arbore, grande appassionato di design oltre che di musica. Da uno dei due studi associati, Marta Laudani a Roma porta avanti l'ampia produzione dello studio Laudani e Romanelli con pezzi di accreditato successo per diverse aziende (Oluce, Arflex, Fontana Arte, Fiam, Driade). Da citare è poi senz'altro il "design in movimento" di Luca Leonori e Gruppo Grafite che per Horm realizza mobili pensati per la trasformabilità.

Giovane, ma già con produzioni importanti è poi Gabriele Rosa, che si è formato nello studio Fuksas e ha oggi già al suo attivo prodotti con Pallucco, Zanotta e Antoni Lupi. Appartenente al secondo gruppo è Giovanna Talocci, star nazionale dell'arredo bagno che di recente ha firmato un'interessante serie di out/indoor per Foppapedretti. Così come Fabio Lenci, il quale vanta alcuni pezzi storici dei cataloghi Poltrona Frau e iGuzzini Illuminazione.

## **Geografie luminose**

La regione è senz'altro priva di una vera e propria tradizione nel settore illuminotecnico, ma non di progettisti capaci che nel corso degli anni hanno costruito una piccola storia di grandi eccellenze. Primo caso da citare è senz'altro quello di Gianfranco Fini, architetto poi emigrato in America Latina, ma che negli anni '70 è stato protagonista di New Lamp, piccola realtà locale di altissimo pregio, i cui prodotti sono oggi non solo fenomeno di acceso collezionismo internazionale, ma presenti in alcuni tra i maggiori repertori e musei di design del mondo. Più legato a un ambito tecnico è il lavoro di Corrado

Terzi, docente romano, vero punto di riferimento per la cultura dell'illuminazione urbana nazionale. Non mancano poi nel settore talenti come il "romano d'adozione" Ely Rozemberg, progettista vicino alle sensibilità internazionali, e il giovane Giuseppe Augugliaro, formatosi allo IED romano, che si sta facendo notare per la sua Mia, esile lampada fatta da un solo foglio di carta e opportunamente prodotta proprio dalle cartiere Fabriano.

## **Buona scuola non mente**

Per concludere, le nuove leve del design del territorio romano-laziale vedono protagoniste le scuole. Diverse sono le formazioni che Roma mette a disposizione dei giovani che hanno intenzione di intraprendere la carriera di designer; le principali tra queste risiedono nell'Istituto Europeo del Design, nel corso di Laurea in Disegno Industriale de La Sapienza e nell'ISIA. Alcuni dei nuovi talenti hanno studiato nelle suole della capitale e mosso i loro primi passi nel nucleo didattico per poi acquisire una visibilità e, in alcuni casi, un successo che va decisamente oltre i confini regionali. È il caso di Ines Paolucci, Paula Designers, Generoso Parmigiani, e Alessandro D'Angeli, tutti provenienti dal corso di Laurea in Disegno Industriale de La Sapienza. Ma anche dei Vivo e di Angeletti e Ruzza, provenienti dagli studi all'Isia. Non mancano, a confermare una tradizione che riporta al primo dei punti della nostra analisi, i designer che arrivano dalla formazione architettonica, come Giulio Patrizi (studio Fuksas) e Nicola Auciello (laureato in Architettura a Roma 1).

Nowadays all you need is a computer, a high-speed internet connection and a team of contributors and the problem of glocality in the design profession is solved. It is possible to design in a public place or a tram (as Carlo Melograni used to say) and then discuss the project with the manufacturers, no matter where they might be. In an era of media globalization, designers – like all other professional figures – now have the great freedom of being able to choose to live in the place they like the most. And they can do so without having to sacrifice personal ties or the sunlight that is guaranteed for several months of the year at a certain latitude, unlike in other spots that are more promising in productive terms. Some designers even decided to live in their own personal worlds when the internet and high-speed rail connections were not yet around to aid them in their work. The map of ‘designers at 0 km’ is inextricably linked to their individual stories, some of which involve bravery that goes against the average career-making logic.

### **Architect designers**

The most likely outcome for architects who find themselves working on big projects in the household or retail fields is that large companies will ask them to perform the role of the designer. This is what happened with the great masters of modernism and it continues to occur today with many designers. For example, Massimiliano and Doriana Fuksas’ experience designing Armani stores around the world was used to create some lamps for iGuzzini Illuminazione. Other famous designers who are based in Rome have undergone similar processes: Lazzarini & Pickering, the accomplished international interior designers who work on boats and on dry land, are the names behind some Woodesign items; King and Rosselli have used what they have learnt in the hotel trade to create some products for manufacture by Flaminia and Poltrona Frau. Paolo Portoghesi’s story is a little more unusual: his training as a historian and theorist has had a decisive impact on his work as a designer of furniture and objects. He is a great Art Nouveau and

Art Deco connoisseur and enthusiast, as can be clearly seen from his output.

The influence of his research into Thonet and Hoffmann is plain to see in his furniture for Poltronova. During the Postmodernist period, not only was he the director of the first Architecture Biennale in Venice – which featured the Strada Novissima and the exhibition put together with Alessandro Mendini on Banal Objects – he also contributed to the first Alessi season, which established architects as designers of a game with dimensional scales.

### **Designers/producers**

While some designers come from a background in architecture, others stand out due to their prominent entrepreneurialism. The story of Aldo Bartolomeo is a typical example. In Pomezia in 1956 he founded Stildomus, a place devoted to sales and above all to production. Bartolomeo called its contributors ‘the beautiful people’: they included such great masters as Ico Parisi, Bruno Munari, Afra and Tobia Scarpa and Giorgio De Ferrari. In the 1980s, the equally legendary business of Paolo Pallucco was launched. It would go on to become notable for its quest to make pieces by functionalist masters such as Asnago and Vender, as well as for the refined personal production that can be seen today in the shape of the marvellous Campo D’Oro table by De Padova. The 1980s also saw the founding of the Magazzini Forma e Memoria, a guiding light of design in Italy’s capital for over a decade that was a pet project of Pino Pasquali – another designer who can lay claim to some hugely successful pieces, such as the bestselling Gabbiano washbasin for Agape.

An example of a hybrid designer/producer today is the Artwo group, which also has another extremely distinctive characteristic – its contributors include inmates from Roman prisons. Its work lies somewhere between craftsmanship and industrial manufacturing, artistic pieces and mass-produced items.

### **Romans Made in Italy**

Some important designers who started out in Rome have managed to earn themselves a place on the Italian national design scene. Some have specialized in furniture, while others have worked more in other areas but have nonetheless made some fruitful forays into the former field. The first group includes Guido Rosati, who makes famous upholstered goods for BPA, Saba Italia and Flexform. Another figure of this kind is Mario Marenco, who is the man behind the famous Arflex range of the same name, as well as more playful and astute pieces for the Miami Swing brand of his friend Renzo Arbore, who is a great lover of design as well as music. Based in Rome in one of Laudani & Romanelli's two associated offices, Marta Laudani works on the firm's vast output, which includes genuinely successful pieces for companies such as Oluce, Arflex, Fontana Arte, Fiam and Driade. A mention should also go to the 'design in movement' by Luca Leonori and Gruppo Grafite, who create furniture for Horm that is made to be transformable. Gabriele Rosa is still young but he already has some significant output to his name. After learning his trade in the Fuksas offices, he has gone on to create products with Pallucco, Zanotta and Antonio Lupi. The second group of designers includes names such as Giovanna Talocci and Fabio Lenci. The former is a national star in the bathroom suites industry who recently created an interesting out/indoor range for Foppapedretti. The latter is the designer of some iconic pieces for Poltrona Frau and iGuzzini Illuminazione.

### **Lighting locations**

There is a lack of a genuine lighting industry tradition in the region, but not of capable designers in the field, who have compiled their own small account of great excellence over the years.

First and foremost is Gianfranco Fini, an architect who later emigrated to Latin America. In the 1970s he was the leading player at New Lamp, a small local business of great prestige whose products are now eagerly sought after by enthusiasts across the globe

and can be found in some of the world's biggest design collections and museums. Roman teacher Corrado Terzi is more closely linked to the technical side of things and is himself a beacon for the Italian street lighting scene. There are also talents in the field such as the 'adopted Roman' Ely Rozemberg, whose designs closely match international tastes, and the young star Giuseppe Augugliaro, who trained at IED Rome and is making a name for himself with Mia, a slender lamp made with a single sheet of paper that is quite appropriately produced by the Fabriano paper manufacturers.

### **Good schooling shines through**

Schools are playing a leading role in the development of the new design generations in Rome and Lazio. A variety of training options are available in the city for young people who wish to embark on a career as a designer. The main ones are the Istituto Europeo di Design, the Industrial Design Degree Course at Sapienza University and ISIA. Some of the up-and-coming talents studied in the Italian capital's schools and took their first steps in the educational arena before going on to gain visibility and – in some cases – success that goes well beyond the regional borders. This is the case with Ines Paolucci, Paula Designers, Generoso Parmigiani and Alessandro D'Angeli, who all followed the Industrial Design Degree Course at Sapienza University, and former ISIA students Vivo and Angeletti & Ruzza. Reaffirming the tradition discussed in the first point of our analysis, there is also no shortage of designers with an educational background in architecture, such as Giulio Patrizi from the Fuksas firm and Nicola Auciello, who graduated in Architecture at Sapienza University.



**Mario Marengo**

[marencodesign@tiscali.it](mailto:marencodesign@tiscali.it)

Architetto, designer, cabarettista, Foggia, 1933. Dal 1961 opera tra Milano e Roma nell'ambito del design e della tecnologia dell'architettura collaborando con Gifone, Natalini e Franco Onali. Ha disegnato prodotti per note aziende italiane tra le quali: Arflex, Artemide, Berini, B&B Italia, Confortline, Lancia, Alfa Romeo, Milano Bedding, Poltrona Frau, Molteni, Altana e Carwash.

*Architect, designer, cabaret artist, born in Foggia in 1933. Since 1961 he has been practicing between Milan and Rome in the field of design and of architecture technology in collaboration with Gifone, Natalini and Franco Onali. He has developed product designs for world-renowned Italian companies like: Arflex, Artemide, Berini, B&B Italia, Confortline, Lancia, Alfa Romeo, Milano Bedding, Poltrona Frau, Molteni, Altana and Carwash.*



**Guido Rosati**

Architetto e Designer, Chieti 1944. Raffinato progettista di mobili, lampade e complementi d'arredo è tra i pochi designer romani che negli anni sessanta contribuiscono al successo del Made in Italy. Nel 1987 è segnalato al Compasso d'Oro per il divano Pepper di Arflex. Premio Bolaffi per il posacenere Avana di Fontana Arte. Ha disegnato per Arflex, Fontana Arte, Flexform, Giovanetti, BPA, Desiree, Luxo e Firme di Vetro.

*Architect and Designer, born in Chieti in 1944. A refined designer of furniture, lamps and furnishings, he is among the few Rome-based designers who contributed to the success of Made in Italy products during the '60s. In 1987 he received a recommendation in the Compasso d'Oro Award for his "Pepper" sofa by Arflex. He won a Premio Bolaffi for the "Avana" ashtray by Fontana Arte. He has designed for Arflex, Fontana Arte, Flexform, Giovanetti, BPA, Desiree, Luxo and Firme di Vetro.*



**Pino Pasquali**

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

Architetto, Designer, Roma, 1949. Dal 1975 progetta opere pubbliche, case popolari, mobili e oggetti. Nel 1981 fonda una azienda di produzione e commercializzazione di mobili "Forma & Memoria". Ha costruito il Rettorato e la Facoltà di Giurisprudenza dell'Università Roma Tre, Roma (2000). Premio Design Plus, Francoforte 1995. Medaglia d'oro all'Architettura Italiana "Menzione d'onore" Triennale di Milano 2003.

*Architect, Designer, born in Rome in 1949. He has been designing projects for public works, community homes, furniture and designer objects since 1975. In 1981 he formed "Forma & Memoria", a furniture production and distribution company. He built the Rectorate and Law School of the Roma Tre University, Rome (2002). He was awarded the Design Plus Award, Frankfurt 1995. He earned an honorable mention in the Gold Medal for Italian Architecture of the Triennale of Milan in 2003.*



**Massimiliano e Doriana Fuksas**

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

Architetti con studi a Roma, Parigi e Vienna dal 1969. Dal 1989 al 2000 Fuksas è stato direttore della VII Biennale Internazionale di Architettura di Venezia, dal titolo "Less Aesthetics, More Ethics". Dal gennaio del 2000 è responsabile della rubrica Architettura del settimanale l'Espresso. Visting Professor presso alcune università, per molti anni ha concentrato la sua attenzione sulle problematiche urbane nelle grandi aree metropolitane. Attualmente vive e lavora tra Roma, Parigi e Francoforte. Lavora con Doriana Mandrelli dal 1985.

*Architect in Rome, Paris and Vienna from 1969, from 1998 to 2000 he was Director of the VII Biennale Internazionale di Architettura di Venezia "Less Aesthetics, More Ethics". Since January 2000 writes the architecture column of the weekly magazine "L'Espresso". Visiting Professor at several universities, for many years he has been devoting special attention to the study of the urban problems in large metropolitan areas. Presently lives and works in Rome, Paris and Frankfurt. He works with Doriana O. Mandrelli since 1985.*

**Martine Bedin**

Martine Bedin è nata a Bordeaux, Francia, nel 1957. Dal 1979 si trasferisce in Italia dove, entrata in contatto con Ettore Sottsass, partecipa alla fondazione del progetto Memphis nel 1981. Nel marzo del 2003 il Museo di Arti decorative di Bordeaux le dedica un'antologia relativa a vent'anni di design e pezzi unici. Da alcuni anni, con Piotr Sierakowski, si dedica allo sviluppo del mobile "d'artista": con un vocabolario diverso sviluppano un nuovo aspetto del design di pezzi unici oppure in edizione limitata.

*Martine Bedin was born in 1957 in Bordeaux, France. In 1979 she moved to Italy, where she encountered Ettore Sottsass and was involved in the launch of the Memphis project in 1981. In March 2003, the Decorative Arts Museum in Bordeaux put together a Martine Bedin anthology to celebrate twenty years of design and unique pieces. For several years now she has been working with Piotr Sierakowski on 'artistic' furniture: they use an alternative form of expression to develop a new look in their design of unique items and limited edition pieces.*

**Giovanni d'Ambrosio**

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

Architetto e Grafico pubblicitario, 1959. Premi e riconoscimenti: Winning entry concorso internazionale OPUS Design Award 2001, Japan. Scelti per l'edizione International Design Yearbook dei suoi progetti nella edizione diretta da Philippe Starck nel '97 e da Jasper Morrison nel '99. Aziende e clienti: Pozzi, Arteluce, Montina, Firme di Vetro, Fratelli Guzzini, Cive Vetriere di Empoli, Lavazza, Emu, Bieffe Plast, Upper, Bernini, Magis, PSM sedie e Progetti Shop.

*Architect and Advertising Graphic Designer, born in 1959. Awards and recognitions: winning entry in the international competition OPUS Design Award 2001 in Japan. Several of his projects were selected for the International Design Yearbook 1997 edition edited by Philippe Starck as well as for the 1999 edition by Jasper Morrison. Companies and customers: Pozzi, Arteluce, Montina, Firme di Vetro, Fratelli Guzzini, Cive Vetriere of Empoli, Lavazza, Emu, Bieffe Plast, Upper, Bernini, Magis, PSM sedie and Progetti Shop.*

**Marta Laudani e Marco Romanelli**

[www.laudani-romanelli.it](http://www.laudani-romanelli.it)

Architetto, dal 1988 collabora con Marco Romanelli negli Studi associati di Roma e Milano. Operativi nei campi del design, dell'architettura degli interni, i loro lavori sono stati pubblicati dalle principali riviste di settore. Recentemente a Roma, per conto di Fiat Engineering, hanno progettato il recupero del "Museo della Civiltà Romana". Tra le principali aziende con cui collaborano: Arflex, Triade, Fiam, Fontana Arte, La Palma, Montina e O Luce.

*Architect, has been collaborating with Marco Romanelli in the Associate Architecture firms of Rome and Milan since 1988. Operating in the field of design and interior design, their work has been published by major magazines in the sector. In Rome, they were recently commissioned by Fiat Engineering to develop the refurbishing design project for the "Museo della Civiltà Romana". Some of the main companies they collaborate with are: Arflex, Triade, Fiam, Fontana Arte, La Palma, Montina and O Luce.*



## Ely Rozenberg

[oz.studio@tin.it](mailto:oz.studio@tin.it)

Designer, Gerusalemme 1969. Nel '97 fonda OZ (con A. Bianchini e M. Garelik) dove opera in ricerche e sperimentazioni con nuovi materiali e tecnologie. Nel '99 è selezionato per la mostra "Young European Design" di Abitare il Tempo, e le opere "Short Wave" e "Long Wave" vengono prodotte da Pallucco Italia. Nel 2002 al Salone del Mobile di Milano riceve la menzione speciale di The Design Report Award 2002. Collabora con le aziende: Elshine, Fabbian Illuminazione, DGA, Targetti, Unilever, Algida e Chicco.

*Designer, born in Jerusalem in 1969. In '97 he founded OZ (with A. Bianchini and M. Garelik) in which he conducts research and experiments on new materials and technologies. In 1999 he was a selected entry for the "Young European Design" exhibition by Abitare il Tempo. His works titled "Short Wave" and "Long Wave" are produced by Pallucco Italia. In 2002, he received a special mention in the "Design Report Award 2002" at the Milan Salone del Mobile. He works for the following companies: Elshine, Fabbian Illuminazione, DGA, Targetti, Unilever, Algida and Chicco.*

## Grafite

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

Dal 1992 è uno studio di disegno industriale, grafica e architettura di interni, e riunisce gli architetti romani Luca Leonori e Stefano Stefani. Nel 2007 entrano nello studio, Valerio Ciampicacigli, Gabriel Berretta e Simone Bartolucci. Grafite cerca di restituire al "design" il suo significato originario di "disegno industriale", tende cioè a riqualificare l'oggetto d'uso attraverso una progettazione essenziale e funzionalistica, con tecniche costruttive industriali. Tra le principali aziende: Horm, Pallucco, Porro, Cattelan e Snips.

*It was established in 1992 as a professional practice for industrial, graphic and interior design, grouping together Roman-born architects Luca Leonori and Stefano Stefani. In 2007, Valerio Ciampicacigli, Gabriel Berretta and Simone Bartolucci, also joined the practice. Grafite intends to return the term design to its original meaning of industrial design, thereby trying to requalify useful objects through an essential and functional design approach relying on industrial manufacturing techniques. Among its major customers: Horm, Pallucco, Porro, Cattelan and Snips.*



**Paolo Pallucco**

*sub.salt@tiscali.it*

Architetto, designer e imprenditore, Roma 1950. Negli anni Ottanta fonda l'omonima azienda di mobili e complementi, evoluzione della precedente Superzoom, che si caratterizza per una forte accentuazione innovativa dei prodotti. Un'officina di sperimentazioni sia per il fondatore, che per numerosi altri designer tra cui Luca Leonori, i giapponesi Kawakubo e Kuramata, Mirelle Rivier, John Hejduk, Asnago e Vender. Nel '90 l'azienda viene rilevata.

*Architect, designer and entrepreneur, born in Rome in 1950. During the '80s he founded his name-bearing Company of furniture and furnishings that evolved from the preceding Superzoom Company and that is characterized by a strong focus on innovative products. It became an experimental workshop both for the owner and for numerous other designers, among which: Luca Leonori, Japanese designers Kawakubo and Kuramata, Mirelle Rivier, John Hejduk, Asnago and Vender. The company was sold in 1990.*

**Matteo Carbonoli**

*www.comunque.design.it*

Designer, Roma 1969. Diplomato in Industrial Design presso I E D di Milano, ha seguito uno stage presso E.N.S.C.I. Les Ateliers di Parigi. Nel 2002 ha fondato Comunquedesign, uno studio di industrial design, che, con grande flessibilità, affronta temi molto differenti, applicando la propria metodologia alle diverse esigenze dei clienti, individuando per ogni progetto il linguaggio più adatto. Mostre 2005: Casaidea, Roma - Design Mai, Berlino - Made in Italy, Made in Lazio, Made in Design, Vilnius.

*Designer, born in Rome in 1969. After graduating from the I E D in Milan, he did an internship at the Paris-based E.N.S.C.I. Les Ateliers. In 2002 he founded « Comunquedesign », an industrial design practice that tackles a wide variety of issues with great flexibility by applying its own methodology to the different needs of its customers and by singling out the best-suited language for every project. Exhibitions in which he participated in 2005: Casaidea, Rome - Design Mai, Berlin - Made in Italy, Made in Lazio, Made in Design, Vilnius.*

**Nicola Auciello**

*www.na3.it*

Architetto, Designer, Avellino, 1970. Fonda nel 2003 lo studio Na3 che nel 2007 diventa Na3 Architetti Associati. Molte le realizzazioni relative all'architettura di interni a Roma, Cerveteri, Ladispoli, Capalbio, Avellino. Nel 2001 ha progettato la ristrutturazione e il riallestimento del "Museo della Civiltà Romana" (Roma) insieme a Marta Laudani, Marco Romanelli e Massimo Noceto. Lavora nel settore del design con progetti per MttFactory, Laboratorio La.Ca., Pallucco Italia.

*Architect, Designer, born in Avellino in 1970. He formed the company Na3 in 2003 which was subsequently named Na3 Architetti Associati in 2007. Many are the interior design projects that he realized in Rome, Cerveteri, Ladispoli, Capalbio and Avellino. In 2001 he designed the refurbishing and new layout for the "Museo della Civiltà Romana" (Rome) together with Marta Laudani, Marco Romanelli and Massimo Noceto. He works in the design sector developing projects for MttFactory, Laboratorio La.Ca. and Pallucco Italia.*

**Katherine Krizek**

Designer newyorkese, svolge attività professionale nel campo del disegno industriale a Roma dove opera con il proprio studio specializzato in disegno di mobili e oggetti. Tra i suoi clienti: Zanotta, Cappellini, Acerbis, Bialetti, Mandarin Duck, Salviati, Covo. Ha ricevuto una selezione per il Compasso d'Oro, un premio da parte della NY Foundation of the Arts, e dalla rivista ID come migliore design dell'anno. Alcuni suoi lavori sono nel Smithsonian National Museum of Design.

*A New York-born Designer, she practices her profession in Rome in the field of industrial design, where she has a practice specialized in the design of furniture and objects. Among her customers: Zanotta, Cappellini, Acerbis, Bialetti, Mandarin Duck, Salviati, Covo. She was selected for entry in the Compasso d'Oro Award and she earned a prize from the NY Foundation of the Arts and from the magazine ID for the best design of the year. Some of her work is displayed in the Smithsonian National Museum of Design.*



## Alessandro D'Angeli

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

Alessandro D'Angeli è Designer e Art Director. Nel 2006 partecipa al Corso di Alta Formazione di "Innovazione di processo e di prodotto". Nel 2008, in collaborazione con Ivo Caruso, crea, sviluppa e mette in scena il concorso-mostra "SUNLAB for a creative outdoor", di cui è direttore artistico e coordinatore generale. Nel 2009 inizia a collaborare con alcune aziende Italiane. È Curatore e Coordinatore di Esposizioni e Mostre. Numerose le menzioni e le pubblicazioni ricevute per i suoi lavori.

*Alessandro D'Angeli is a designer and art director. In 2006 he participated in the 'Process and Product Innovation' advanced training course. In 2008, together with Ivo Caruso, he created, developed and set up the 'SUNLAB for a creative outdoor' exhibition and competition, for which he is the art director and general co-ordinator. In 2009 he started working with several Italian companies. He curates and supervises exhibitions and shows. Many of his works have been published and given special mentions.*

## Ines Paolucci

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

Nasce nel 1972 a Roma, città in cui vive e lavora. Laureata in Disegno industriale e Comunicazione visiva all'Università "La Sapienza" di Roma, è docente a contratto di Disegno industriale e Visual design presso lo stesso Ateneo. Si occupa di product e graphic design, collaborando con importanti aziende ed istituzioni. Ha partecipato a numerose mostre, sia personali che collettive, e i suoi progetti hanno ottenuto premi e riconoscimenti.

*Ines Paolucci was born in 1972 in Rome, where she now lives and works. She graduated in Industrial Design and Visual Communication at 'La Sapienza' University in Rome and is now a contract lecturer there, teaching Industrial and Visual Design. She also works for important companies and institutions in the fields of product and graphic design. She has taken part in numerous personal and group exhibitions and has received awards and acclaim for her projects.*



**Giulio Patrizi**

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

Si laurea in Design presso l'Accademia di Belle Arti di Terni dove ancora oggi tiene alcuni corsi l'Accademia; ha collaborato presso lo studio di Massimiliano Fuksas a Roma. Nel 2009 Presenta il progetto Eco Fast Furniture durante l'Istanbul Design Week aggiudicandosi la Menzione Speciale da parte della Giuria; si aggiudica il 2° posto al Bombay Sapphire Glass Competition; partecipa al Design Talent presso l'Imm di Colonia. Il 2009 conclude la collezione dedicata al living per brand DoraB. Precedentemente ha curato e progettato l'evento itinerante CONTACTO per l'Istituto del Commercio Estero di Roma.

*An Industrial Design graduate of the Terni International Art School, where he still leads some courses, Giulio Patrizi worked at Massimiliano Fuksas' firm in Rome . In 2009 he presented his Eco Fast Furniture project during Istanbul Design Week and was given a Special Mention by the jury. He also came second in the Bombay Sapphire Glass Competition and took part in Design Talents at Imm Cologne. 2009 came to a close with the living collection for the DoraB brand. Among his previous work is the design and supervision of the roving CONTACTO event for the Italian Institute for Foreign Trade in Rome.*

**Paula**

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

"Paula designer for necessity" nasce nel 2007 dalla collaborazione tra Valerio Ciampicacigli, Gabriel Berretta e Simone Bartolucci. Lo studio si occupa di comunicazione, progettazione industriale e contaminazioni artistiche. Oggi Paula Design si divide tra autoproduzione e progettazione su commissione, spaziando dall'artigianato alle avanguardie tecnologiche. Numerose le esposizioni a cui il gruppo ha partecipato. Alcuni prodotti Paula sono stati realizzati in versione "customizzata" a cura dei migliori street-artists romani e italiani.

*"Paula – designers for necessity" is a partnership between Valerio Ciampicacigli, Gabriel Berretta and Simone Bartolucci that came into being in 2007. The firm works on communication, industrial design and artistic crossovers. It now divides its time between making its own products and designing to order, covering everything from manual craftsmanship to cutting-edge technology. The group has exhibited at numerous shows. 'Customized' versions of some Paula products have been made by the best Roman and Italian street artists.*

**Generoso Parmegiani**

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

Generoso Parmegiani (classe 1978) si è laureato in disegno Industriale nel 2004 all'università di Roma "La Sapienza". Durante gli studi universitari ha ottenuto significativi riconoscimenti per i suoi progetti, in concorsi di design, nazionali ed internazionali. Sensibile alle problematiche ambientali, nel 2006 fonda la società Generoso Design, con lo scopo di diffondere la cultura del riciclo proponendo prodotti d'arredamento e di allestimento, realizzati esclusivamente con materiali riciclati e riciclabili.

*Generoso Parmegiani (born in 1978) graduated in Industrial Design at Rome's 'La Sapienza' University in 2004. During his time as a student, his projects gained significant recognition in national and international design competitions. He has shown great awareness of environmental issues and in 2006 founded Generoso Design, with the aim of promoting the recycling culture. The company offers furniture and decorating products that are made exclusively of recycled and recyclable materials.*

**Gabriele Rosa**

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

Gabriele Rosa nasce nel 1982 a Roma, dove consegue una laurea specialistica in Disegno Industriale. Parallelamente agli studi, matura le sue prime esperienze in aziende di arredamento d'alta gamma quali Poltrona Frau e Cappellini e poi presso rinomati studi di progettazione. Esordisce venticinquenne come freelance, disegnando "Pablo", per Zanotta. Dall'anno successivo ottiene ulteriore visibilità grazie a "Ninfea", lavabo innovativo prodotto da Antonio Lupi, azienda con cui collabora attualmente.

*Gabriele Rosa was born in 1982 in Rome where he got his degree in Industrial Design. While still a student, he had his first experiences at some of Italy's most emblematic and high-level companies such as Poltrona Frau and Cappellini and he has worked for some major studios. At 25 he made his debut as a freelance designer designing "Pablo" for Zanotta. In the following year he had another great success with "Ninfea", an innovative washbasin produced by Antonio Lupi.*

## International Focus

### Hong Kong Design Centre

HK. Prodotto interno lordo: Design | HK. Gross domestic product: Design

Loredana Di Lucchio



L'Hong Kong Design Centre (HKDC) è un'organizzazione no-profit finanziata dalla Regione Amministrativa Speciale di Hong Kong con lo scopo, statutario, di promuovere la cultura e la pratica del Design e rendere la città di Hong Kong il polo di eccellenza nel campo del Design per tutto il continente Asiatico.

L'Hong Kong Design Centre nasce nel 2001 ad opera dell'Hong Kong Federation of Design Associations; la federazione che riunisce le diverse associazioni di categoria legate al Design, tra cui l'Hong Kong Designers Association, l'Interior Design Association, l'Hong Kong Fashion Designers Association, e la Chartered Society of Designer.

La mission dichiarata è quella di convogliare e gestire in forma organica tutti gli sforzi atti ad incoraggiare, ispirare, sostenere e facilitare il design come strumento per lo sviluppo economico e la competitività sostenibile che miri al benessere dell'intera società. ([www.hkdesigncentre.org](http://www.hkdesigncentre.org)).

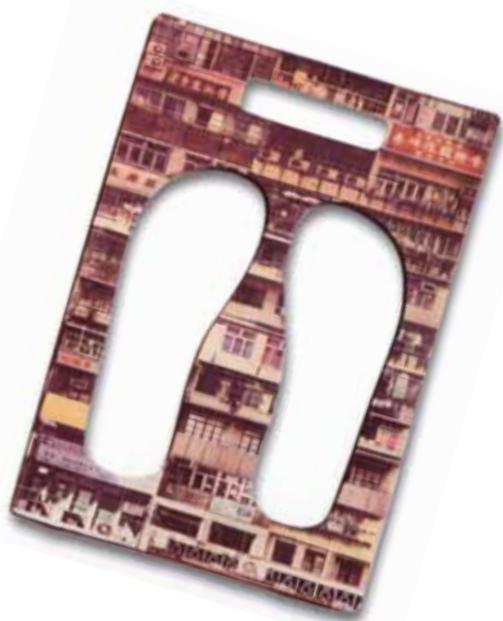
*The Hong Kong Design Centre (HKDC) is a non-profit organization funded by the Special Administrative Region of Hong Kong. Its statutory purpose is to promote the culture and practice of Design and to make the city of Hong Kong the main centre of Design excellence for the entire continent of Asia.*

*The Hong Kong Design Centre was founded in 2001 by the Hong Kong Federation of Design Associations, which brings together various trade associations linked to Design, including the Hong Kong Designers Association, the Interior Design Association, the Hong Kong Fashion Designers Association and the Chartered Society of Designers.*

*Its stated mission is to systematically channel and manage all of the efforts to encourage, inspire, support and facilitate the use of design as a tool for economic development and sustainable competitiveness, with the aim of achieving well-being for the whole of society. ([www.hkdesigncentre.org](http://www.hkdesigncentre.org)).*

Love Our Motherearth, Poster,  
Kan Tai Keung, 1997.

Goods of Desire, Yaumati  
collection, infradito. | Goods of  
Desire, Yaumati collection,  
flip-flaps.



Per capire la natura e il ruolo dell'Hong Kong Design Centre è d'obbligo riferirsi alla particolare condizione culturale ed economica di Hong Kong. Dal punto di vista economico, è noto come Hong Kong sia stata da sempre una città profondamente legata al commercio internazionale. A partire dalla sua nascita, fino a quando nel 1860 venne ceduta alla Gran Bretagna, per arrivare al 1997, anno in cui si trasforma in una Regione Amministrativa Speciale della Repubblica Popolare Cinese, Hong Kong ha rappresentato la porta tra occidente e oriente. Per questo motivo ma grazie anche ad una particolare politica finanziaria, Hong Kong diventa un hub economico con i suoi 107 consolati di paesi stranieri che, più che di rappresentanza, svolgono il ruolo di promotori economici non solo con la Cina ma anche tra loro stessi.

È così che Hong Kong diventa una città servizio attirando nel suo territorio gli investimenti di tutte le più grandi multinazionali che insediano lì una "succursale" dei loro apparati dirigenziali e un numero altissimo di imprese più o meno grandi. Affianco a questa vocazione finanziaria, nell'area di Hong Kong, da dopo la Seconda Guerra Mondiale, fiorisce anche un denso sistema manifatturiero dedito alla produzione - sostanzialmente di bassa qualità - di oggetti, strumenti, elettrodomestici in tutto e per tutto copiati dai cataloghi delle aziende straniere. Una produzione rivolta al fabbisogno non solo interno ma anche e soprattutto della Cina. Questa natura di Hong Kong - basata su un continuo flusso di scambi di risorse e persone - ha determinato un particolare humus culturale che negli anni l'ha avvicinata alle grandi capitali mondiali e al tempo stesso l'ha resa unica: una città in perpetuo mutamento - di luoghi, di spazi, di condizioni - un "cantiere" sottoposto a continui processi progettuali.

Processi condizionati e influenzati dalla condizione "extraterritoriale" Hong Kong, luogo di incontro tra cultura locale e cultura globale. È in questo clima che nel 2001 nasce l'Hong Kong Design Centre che prende a modello il più blasonato Design Council Britannico ma che nei fatti rappresenta un sistema originale e al tempo stesso incisivo. Come detto l'HKDC è una istituzione no-profit il cui motto, dichiarato, è "Design for Society": intendendo, con questo, la promozione e la valorizzazione delle eccel-



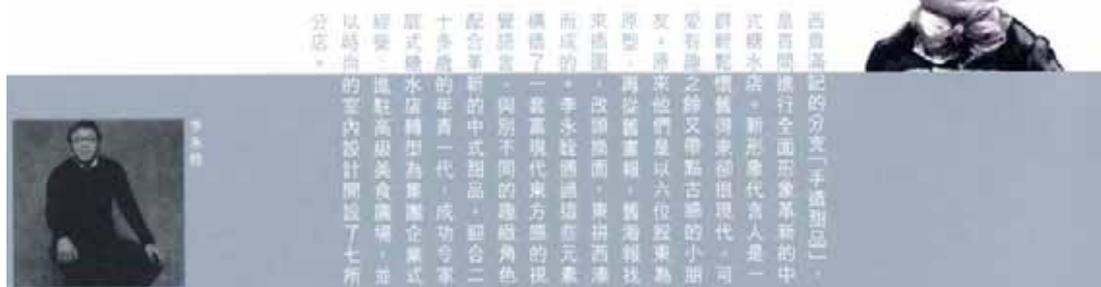
lenze nel campo del Design, la formazione professionale, ma soprattutto lo sviluppo di strategie imprenditoriali mirate ad un più ampio uso del design per la creazione del plus-valore che non sia solo economico ma anche sociale. Il suo focus sono l'organizzazione di programmi annuali di seminari, workshop, mostre e conferenze e premi. Per programmare e gestire queste attività l'HKDC non opera isolato, ma si avvale delle diverse competenze di un sistema di attori che operano nel campo del Design tutti promossi dal Governo della città: nel mondo della formazione del Polytechnic of Hong Kong con la sua School of Design, mentre nel campo della produzione dell'Hong Kong Science and Technology Parks Corporation (HKSTP). E se la stretta collaborazione con il mondo accademico sembra naturale, vista la chiave culturale del Design Center, è nella seconda collaborazione che emerge la peculiarità del modello dell'HKDC. Infatti, l'Hong Kong Science and Technology Parks Corporation è esso stesso un sistema di infrastrutture per lo sviluppo di tecnologie innovative a supporto delle imprese; l'obiettivo principale è lo sviluppo di programmi di start-up che legano competenze di design e ricerca tecnologia, promuovendo partnership e collaborazioni tra industria, università e istituti di ricerca attraverso specifici programmi. Le infrastrutture offerte contano, in particolare, un Laboratorio di Analisi dei Materiali, un Photonics Development Support Centre, un Wireless Communications Test Laboratory, un Centro Assistenza della Proprietà Intellettuale e, gestito in diretta collaborazione con l'HKDC, l'InnoCentre.

L'InnoCentre è una struttura finalizzata alla promozione, all'interno delle imprese, del design e dell'innovazione; un "cluster" per l'incontro tra i professionisti del design e le imprese. Tra i servizi offerti ci sono:

- un centro di assistenza alle strutture progettuali di medie e piccole dimensioni;
- un programma di incubatore per lo start-up di imprese innovative;
- programmi di istruzione, formazione e sviluppo professionale.

Questa collaborazione dimostra una chiara corrispondenza tra Design e Innovazione che rappresenta il focus stesso del Design Centre, frutto di una precisa scelta po-





litico economica della città di Hong Kong. Ritornando al contesto, allo scadere dello scorso secolo, quando Hong Kong torna ad essere territorio cinese, seppur in una formula politica speciale, il punto era comprendere se e come mantenere la sua condizione di porta economica tra occidente e oriente. Certamente l'apertura dei confini cinesi agli investimenti esteri e lo sforzo del Governo di trasformare Beijing e, soprattutto, Shanghai in città attrattore di investimenti esteri e, soprattutto la costituzione delle tante aree industriali agevolate finanziariamente, metteva in crisi il ruolo fin lì svolto da Hong Kong. Ma nel frattempo anche la stessa Hong Kong ha subito delle trasformazioni, prima fra tutte il sistema produttivo dove le imprese, con un percorso silenzioso ma efficace alimentato dalla presenza stessa delle multinazionali, cominciano a sviluppare prodotti originali ricercando una certa qualità non solo funzionale ma anche, ed è qui la novità, estetica inglobando nelle loro strutture la figura del designer. Prodotti non più pensati per il mercato locale ma rivolti a quello internazionale, soprattutto nei settori dei gioielli, dei giocattoli, dei prodotti elettronici. Contemporaneamente, grazie alla sua "esperienza" di territorio di confine, quasi tutte le aziende straniere iniziano a considerare importante la consulenza dei designer locali per sviluppare prodotti appositamente per quel mercato cinese che aprendosi rappresentava un territorio vergine tutto da conquistare. È proprio su questa richiesta di progettualità che il Governo di Hong Kong ha deciso di puntare. Un Design che ad Hong Kong è sinonimo di cambiamento, di evoluzione e, dunque, di innovazione: capace soprattutto di coniugare la cultura asiatica con quella occidentale, in una prospettiva assolutamente internazionale. Basti pensare alla originale chiave della Business of Design Week dove, ogni anno, viene invitato un paese straniero come partner al fine di promuovere lo scambio e la conoscenza reciproca. Il paese ospite seleziona i propri designer e le proprie aziende affinché partecipino ai forum, ai convegni e alle mostre a lui dedicate. Nel 2010 il paese partner è il Giappone, nel 2009 è stato la Francia, nel 2008 i Paesi Bassi, nel 2007 l'Italia, nel 2006 il Regno Unito. Sempre durante la BODW vengono assegnati, nelle Award Gala Dinners, i diversi premi promossi e gestiti dal Design Centre.

Watsons Water bottle, design Freeman Lau, bottiglia. | *Watsons Water bottle, design Freeman Lau, bottle.*

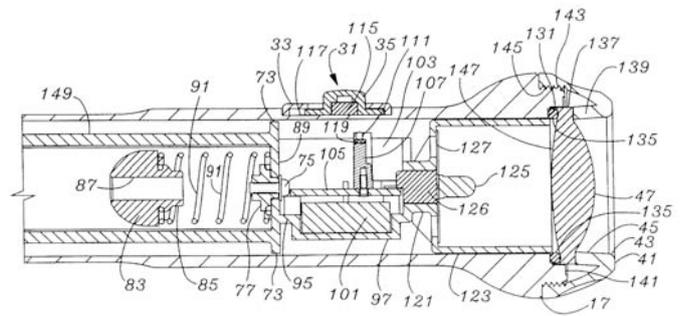
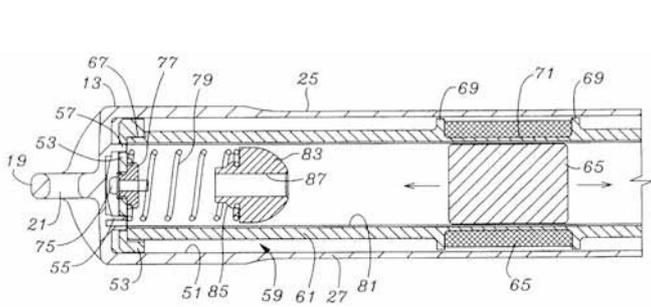
Mun Kee, Handmade dessert, design Tommy Li, illustrazioni. | *Mun Kee, Handmade dessert, design Tommy Li, illustrazioni illustrations.*

Tra questi, assolutamente strategici, sono:

- il Design for Asia (DFA) Award che premia quelle aziende i cui prodotti hanno rappresentato, in quell'anno, un successo nei mercati asiatici;
- il World's Outstanding Chinese Designer (WOCD) che premia designer cinesi il cui lavoro ha un respiro internazionale;
- l'Hong Kong Young Design Talent Awards (HKYDTA) che, dal 2005, individua e promuove il lancio di giovani designer e neo-laureati accompagnandoli allo start-up professionale.

Insomma, l'Hong Kong Design Centre non rappresenta una semplice istituzione vocata alla sua mission, ma la "punta dell'iceberg" di un network più ampio che vede coinvolte competenze e potenzialità complementari, dalla formazione, alla ricerca, alla professione, all'industria. E il cui scopo è di considerare il Design non una attività professionale e culturale importante ma il vero e proprio "prodotto interno" di Hong Kong: il nuovo servizio da offrire sul mercato internazionale.

*In order to understand the nature and role of the Hong Kong Design Centre, it is necessary to examine the special cultural and economic situation in Hong Kong. From an economic point of view, it is well established that Hong Kong has always been a city with profound international trading links. From the time of its creation through to its handover to Great Britain in 1860 and on to its transformation into a Special Administrative Region of the People's Republic of China in 1997, Hong Kong has been the gateway between the West and the East. These circumstances and its special financial policy have made Hong Kong an economic hub. It has 107 foreign consulates, which do not so much serve a representative role as act as economic promoters, dealing not only with China but also with each other. Hong Kong has thus become a service city, attracting investment from all of the biggest multinationals – which tend to have 'branches' of their management structures there – and an extremely large number of other companies of various sizes. Along with its financial*



vocation, starting from the end of the Second World War, the Hong Kong area saw the emergence of a dense manufacturing network producing objects, tools and household appliances, which were mostly of poor quality and copied in every way, shape and form from the catalogues of foreign companies. The output not only served to satisfy the demand from Hong Kong but also – and above all – that from China. The nature of Hong Kong, with its continual flow of exchanges of resources and people, has created a distinctive cultural mix that over the years has brought it closer to the big international capitals, while also making it unique. There are constant changes in this city, with alterations to the locations, the spaces and the conditions. It is a sort of ‘worksite’ undergoing continual design processes, which are affected and influenced by the ‘extra-territorial’ character of Hong Kong – a place where the local and global cultures meet. This was the background to the 2001 founding of the Hong Kong Design Centre, which took the more distinguished British Design Council as a model but actually has a system that is both original and incisive. As mentioned above, the HKDC is a non-profit organization. Its official motto is ‘Design for Society’: this means promoting and highlighting excellence in the field of Design, professional training and above all developing entrepreneurial strategies targeting wider use of design for the creation of added value which is not only economic but also social. It focuses on organizing annual programmes of seminars, workshops, exhibitions, conferences and awards. The HKDC does not work alone on the planning and management of these activities. It makes use of the variety of skills offered by a number of players from the Design field, all of whom are backed by the city’s government: in the world of education, the Polytechnic of Hong Kong with its School of Design; in the field of production, the Hong Kong Science and Technology Parks Corporation (HKSTP). While the close partnership with the academic world seems natural given the cultural outlook of Design Centres, the second collaboration scheme underlines a distinguishing feature of the HKDC model. The Hong Kong Science and Technology Parks Corporation is a group of infrastructures

Faraday flashlight, design Pat Y. Mah, torcia cinetica. | Faraday flashlight, design Pat Y. Mah, kinetic torch.



for the development of innovative technologies to support companies; its main objective is putting together start-up programmes that combine design skills and technological research, promoting partnerships and joint projects between business, universities and research institutes through specific programmes. The infrastructures on offer include a Materials Analysis Laboratory, a Photonics Development Support Centre, a Wireless Communications Test Laboratory, an Intellectual Property Servicing Centre and the InnoCentre, which is run jointly with the HKDC.

The InnoCentre is a facility that aims to promote design and innovation within companies; a 'cluster' bringing together design professionals and companies.

The services on offer include:

- A support centre for small and medium design organizations.
- An incubation programme for innovative start-up companies.
- Education, training and professional development programmes.

This joint project shows a clear correspondence between Design and Innovation. This is the very focus of the Design Centre, as decided by a specific political and economic choice of the city of Hong Kong. Returning to the background, at the end of the last century, when Hong Kong became part of China again – albeit with a special political set-up – the key issue was deciding if and how it could continue to be an economic gateway between the West and the East. The opening of the Chinese borders to foreign investors and the efforts of the government to attract money from abroad to Beijing and above all Shanghai, not to mention the establishment of many industrial areas with financial backing, clearly put the role that Hong Kong had served until that time at risk. However, in the meantime Hong Kong too had undergone some changes, first and foremost in the production system. Following a silent but effective process driven by the presence of the multinationals, the companies started to develop original products. They sought out not only functional quality but also – and this is the innovative part – aesthetic appeal, adding designers to their staff. The products were no longer created for the local market but for

Alan Yip, Sushi Calcolatrice / flessibile. | Alan Yip, Sushi Calculator / Flexical.

Giugiaro-Italdesign, NICE MyCar, auto elettrica. | Giugiaro-Italdesign, electric car, NICE Car Company, 2009.





international customers, especially in the fields of jewellery, toys and electronic products. At the same time, thanks to its 'background' as a frontier land, almost all of the foreign companies started to consider the consultancy of local designers to be important for the development of products especially for the Chinese market, which was opening up and was a sort of virgin territory waiting to be conquered. The Hong Kong Government has decided to focus on this specific demand for design. In Hong Kong, Design stands for change, evolution and – therefore – innovation: it is capable above all of combining the Asian culture with that of the West, in a completely international outlook. This idea is epitomized by the original approach of the Business of Design Week. Every year a foreign country is invited as a partner in order to promote exchange between the nations and improved knowledge of each other. The guest country selects designers and companies to represent it in forums, conventions and exhibitions. In 2010 the partner country was Japan, in 2009 it was France, in 2008 it was the Netherlands, in 2007 it was Italy and in 2006 it was the United Kingdom. During the BODW there is also a Gala Dinner, during which a number of awards promoted and managed by the Design Centre are presented. Among these strategic prizes are:

- The Design for Asia (DFA) award, which goes to companies whose products have enjoyed success on Asian markets during the previous year.
- The World's Outstanding Chinese Designer (WOCD) award, which goes to Chinese designers whose work is of international importance.
- The Hong Kong Young Design Talent Awards (HKYDTA), which were created in 2005 to pick out and promote young designers and recent graduates and help to get their professional careers underway.

In short, the Hong Kong Design Centre is not a simple institution carrying out its mission but the 'tip of the iceberg' in a broader network that takes in complementary abilities and capacities, from training and research to professions and business. Its objective is to view Design not just as an important professional and cultural activity but as the genuine 'domestic product' of Hong Kong: the new service to offer the international market.

## Factory

Ivo Caruso

Il Lazio è un territorio ricco di industrie capaci di unire ad una sedimentata conoscenza produttiva le innovazioni determinate dalle nuove sfide che gli attuali mercati impongono loro.

Tra i settori merceologici che impegnano tali aziende vi è anche quello del furniture design. I mobili prodotti nel Lazio hanno come denominatore comune l'assoluta qualità ed uno stile sobrio e senza tempo.

Le aziende che hanno saputo rinnovarsi e giungere fino ad oggi sono quindi aziende con una storia forte, strutture ben organizzate ed una generale attitudine a scegliere metodologie produttive, comunicative e distributive sempre più calibrate sulle mutevoli esigenze di uno scenario sempre più globale. Le tre realtà di cui andremo a parlare sono emblematiche di tali peculiarità del sistema design Lazio, in riferimento alla progettazione e alla produzione di arredi. Covo, Unopiù e Ora Acciaio, relativamente ai settori home, outdoor e office design, si distinguono per le capacità di fare delle loro storie un valore aggiunto concreto, di posizionare i loro prodotti in una fascia alta e di veicolarli tramite canali assolutamente internazionali. Esempi virtuosi di longevità e di coerenza produttiva.



*The Lazio region is full of businesses that are capable of combining well-established manufacturing know-how with the innovations arising from the new challenges presented by the current markets. One of the fields in which these companies work is furniture design, with the products made in Lazio sharing the common features of superb quality and a simple, timeless style.*

*The firms that have been able to move with the times and are still around today have a strong history, well-organized structures and a general ability to choose production, communication and distribution methods that are increasingly in line with the changing needs of a scenario that is becoming ever more global.*

*The three businesses that we will be looking at are emblematic of these distinctive characteristics of furniture design and production in Lazio. In the areas of home, outdoor and office design respectively, Covo, Unopiù and Ora Acciaio stand out due to their capacity to make their histories a concrete added value, position their products at the high end of the market and move them through completely international channels. They are virtuous examples of longevità and consistency in production.*

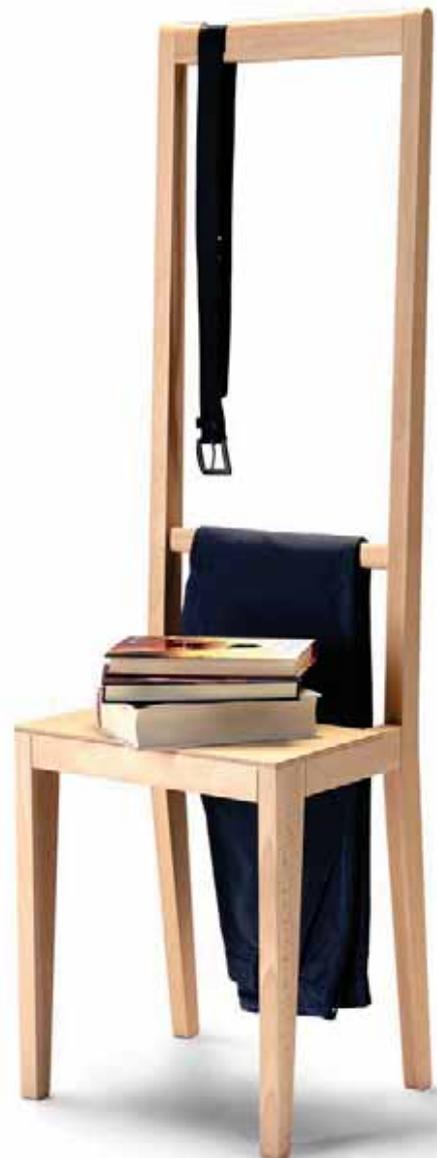
## Covo

### Un melting-pot progettuale | *A Design Melting-Pot*

Alcuni design riescono ad esprimere la sensibilità del proprio creatore attraverso segni essenziali. Sono innovativi in quanto rielaborazione creativa di una cultura. L'arte della citazione culturale mira ad ottenere oggetti che sono piste cognitive, fonti di informazioni, strumenti di comunicazione, che fanno della memoria un punto di forza, di ancoraggio, di riconoscibilità, di legittimazione. Le proprietà di significazione e strutturazione dello spazio da parte degli oggetti sono un aspetto fondamentale nei processi identitari individuali e collettivi, nelle dinamiche che trasformano un luogo in ciò che chiamiamo "casa". La storia dell'azienda COVO, come molte storie delle piccole e medie imprese che hanno fatto la fortuna del made in Italy, è affascinante e piena di episodi che ne hanno determinato le attuali connotazioni. COVO non nasce come azienda di arredamento. Inizialmente, nei primi anni '90, l'attenzione dell'azienda era rivolta alla produzione di abbigliamento, di manifattura italiana, dallo stile minimale e destinato quasi esclusivamente al mercato giapponese. Qualche anno dopo si è pensato di avviare scambi commerciali biunivoci con l'Oriente. I beni che per primi sono stati oggetto di tali importazioni sono stati i tradizionali complementi da tavola tra cui bicchieri, posaterie e teiere. Dalle collaborazioni con Kazuhiko Tomita, Ernesto Spicciolato, Vico Magistretti e Stefano Giovannoni sono nate le prime collezioni pensate in esclusiva per il marchio. Il 2001 è l'anno della svolta; si è deciso infatti di ampliare la collezione tableware con una serie di arredi. Dalla matita di Jerszy Seymour nasce così la poltrona Muff Daddy, con la quale l'azienda di Formello si presenta al Salone Internazionale del Mobile di Milano affermandosi da subito come una delle più interessanti realtà emergenti nel campo della produzione di arredi per la casa. Forte di un'idea di una tradizione estetica che associa il concetto di eleganza all'idea di semplicità, COVO oggi è un perfetto interprete di questo binomio in quanto capace di sviluppare un linguaggio assolutamente autonomo e fortemente riconoscibile. Oggi la collezione COVO è composta da oggetti assolutamente low-tech, mai barocchi, minimali ma mai asettici, capaci di riassumere in pochi segni un'idea, uno

Covo, Ciacarpo, design Kazuhiko Tomita, teiera. | Covo, Ciacarpo, design Kazuhiko Tomita, teapot.

Covo, Alfred, design Loris Jaccard e Livia Lauber, sedia-appendiabiti. | Covo, Alfred, design Loris Jaccard e Livia Lauber, chair-clothes hanger.





Covo, Muff Daddy, design Jerszy Seymour, poltrona. | Covo, Muff Daddy, design Jerszy Seymour, armchair.

spunto progettuale; capaci di raccontare delle storie, di suggerire ambientazioni. I rami intricati dell'appendiabiti Latva ricordano in maniera esplicita le fronde delle betulle che caratterizzano il paesaggio della fredda Finlandia, patria del designer Mikko Laakkonen. Un oggetto dal grafismo quasi primitivo, ma dalla funzione assoluta. Osservando le forme morbide e ponderate della emblematica teiera Ciacapo o del set da tè Morode di Kazuhiko Tomita si è invece ispirati ad un atteggiamento di contemplativo silenzio, alla calma del rito giapponese. La serie Zzz... rimanda all'immagine di un assolato balcone italiano, pieno di fiori colorati e piccole piante aromatiche, indispensabili per le preparazioni gastronomiche della tradizione. La già citata poltrona Muff Daddy è emblematica dell'approccio ludico che Jerszy Seymour ha elaborato dalle sue esperienze di vita tra Londra, Berlino, Milano e

New York. Un linguaggio pop che trae ispirazione dalle culture hip-hop, dub e ska. COVO non ha proprie linee produttive, ma si affida a terzisti, tutti italiani, per lo più presenti nelle Marche, in Friuli ed in Brianza. Questa scelta permette alla direzione aziendale di poter scegliere, per ogni prodotto, il realizzatore più qualificato ed opportuno; e di poter spaziare nei materiali e nelle tecniche produttive adottate. Le metodiche produttive, le scelte della direzione artistica e le strategie di comunicazione e distribuzione fanno di COVO una realtà dal fortissimo appeal internazionale, dalla spiccata capacità attrattiva per designers che, da tutto il mondo, propongono il loro modo di intendere la quotidianità trasferendo nel catalogo dell'azienda/editore un frammento del proprio bagaglio culturale. Voci diverse ma non dissonanti, capaci di convergere in un unico linguaggio: il linguaggio del design COVO.



Covo, Tiuku, design Ari Kanerva,  
orologio a pendolo. | Covo, Tiuku,  
design Ari Kanerva, pendulum  
clock.

Covo, "Zzz...", design Massimo Ciafrei e Francesca Cuicchio, sottovasi in rame. | Covo, "Zzz...", design Massimo Ciafrei e Francesca Cuicchio, copper saucers.

Some designs manage to express the soul of their creator through essential symbols. They are innovative in that they are the creative reinterpretation of a culture. The art of cultural quotation aims to create objects that are cognitive tracks, sources of information and communication tools that make memory their strong point and anchor; something recognisable and legitimate. The properties of meaning and organisation of a space that are contained within objects are a fundamental aspect of processes of individual and collective identity, in the dynamics that transform a

The first goods imported were traditional table items like glasses, cutlery and teapots. Partnerships with Kazuhiko Tomita, Ernesto Spicciolato, Vico Magistretti and Stefano Giovannoni produced the first collections designed exclusively for the brand. The year 2001 was a turning point. The company decided to add to its tableware collection with a series of furnishings. The sketchpad of Jerszy Seymour produced the Muff Daddy armchair, which this company from Formello presented at Milan's International Furniture Fair, marking itself out straight away as one of



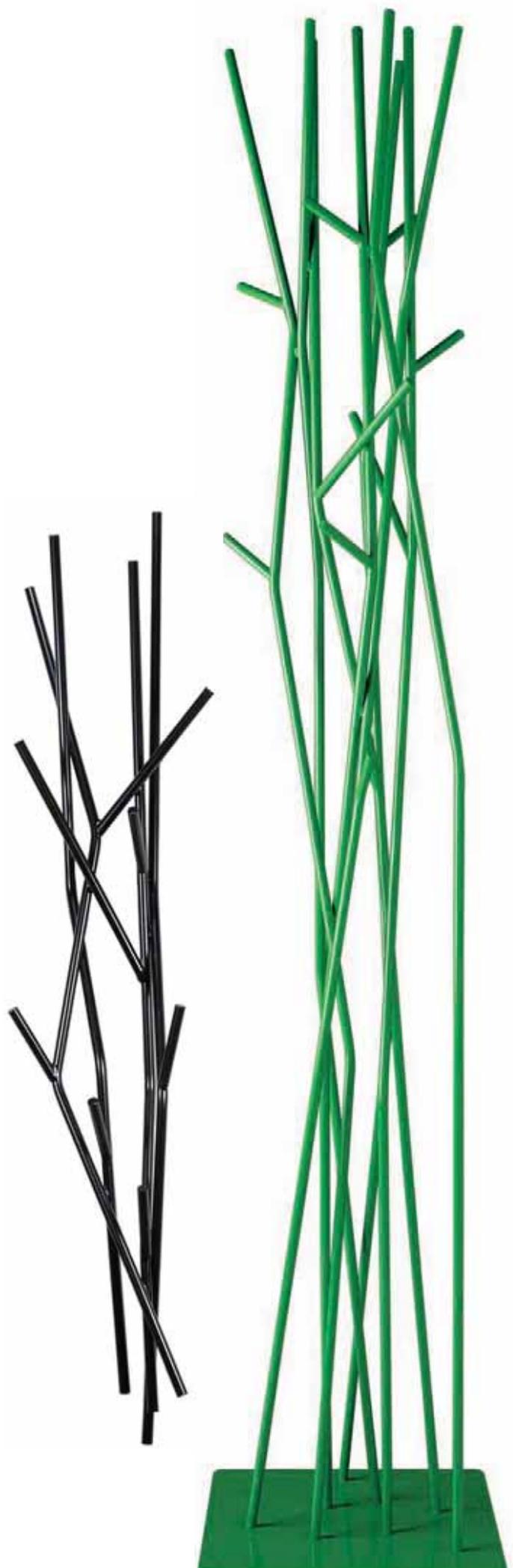
place into what we call 'home'. The story of the COVO company, like that of many small- and medium-sized companies that have contributed to the success of the 'Made in Italy' concept, is extremely interesting and full of events that have determined its current connotations. COVO did not begin as a furniture company. Initially, in the early 1990s, the company focussed on producing minimalist, Italian-made clothing, exclusively destined for the Japanese market. A few years later it started a one-to-one business exchange with the East.

the most interesting up and coming companies in the field of home furnishings manufacture. COVO is strongly rooted in the idea of an aesthetic tradition that associates the concept of elegance with that of simplicity and is today the perfect interpreter of this combination, with its completely independent and highly recognisable language. Today the COVO collection is made up of totally low-tech objects, which are never Baroque and which are minimalist but never sterile. They are able to summarise an idea and a design

inspiration with just a few symbols. They tell stories and create settings. The entwined branches of the Latva coat hanger clearly echo the leafy branches of the birches that characterise the cold landscape of Finland, home of designer Mikko Laakkonen. This is an object with almost primitive graphic elements, but one that is completely functional. When observing the soft, considered shapes of the emblematic Ciacapo teapot or the Morode tea set by Kazuhiko Tomita, one is inspired by a feeling of contemplative silence and by the calm of Japanese ritual. The Zzz... range recalls the image of a sunny Italian balcony, full of colourful flowers and little aromatic plants that are essential to Italian cooking. The Muff Daddy armchair mentioned above is emblematic of the play approach that Jerszy Seymour has developed during his experiences of living in London, Berlin, Milan and New York. His is a pop language inspired by hip-hop, dub and ska cultures. COVO does not have its own production lines but uses entirely Italian contractors, mainly in the Marche, Friuli and Brianza regions. This decision allows the company management to choose the best and most qualified producer for each product and to explore a range of materials and production techniques. Its production methods, choices in artistic direction and communication and distribution strategies make COVO a company with an extremely strong international appeal and highly attractive to designers from all round the world, who suggest their vision of daily life and contribute a piece of their own cultural baggage to the company catalogue. Theirs are different - but not dissonant - voices that blend together in a single language: the language of COVO design.

Covo, Latva, design Mikko Laakkonen, appendiabiti. | Covo, Latva, design Mikko Laakkonen, coat-rack.

Covo, Latva wall, design Mikko Laakkonen, appendiabiti. | Covo, Latva wall, design Mikko Laakkonen, coat-rack.



Paola Iacobellis

## Unopiù

Abitare fluidi. Nello spazio, nel tempo | *Fluid living*

“Abitare fluido”. Nuova ma già oltremodo abusata, quest’espressione ci suona oramai tanto familiare, ascoltata centinaia di volte a fiere e seminari e letta su innumerevoli cataloghi aziendali, da diventare alle nostre orecchie quasi scontata. L’espressione descrive, con un termine che immediatamente evoca leggerezza e movimento, il contemporaneo modo di concepire e vivere gli spazi, sia chiusi che aperti, sia in ambito pubblico che privato. I nostri tempi scorrono con velocità sempre impreviste, gli appuntamenti slittano o si accavallano, le attività non pretendono più un luogo fisico di lavoro... e noi ci muoviamo sempre più “liquidi” in un mondo fatto di ambienti tanto diversi che intendiamo, al contempo, come spazi privati e sociali.

Su terrazzi e giardini non sono più relegati senza cura oggetti riciclati o banali, e trovano invece spazio elementi d’arredo di forte appeal, ora ispirati alla tradizione artigianale regionale, ora di spiccata accuratezza tecnologica, ma sempre, invariabilmente, funzionali, leggeri, comodi, e spesso capaci di vivere perfettamente e indifferentemente dentro e fuori le nostre abitazioni. Proprio il desiderio di creare soluzioni per arredare con ricercatezza gli spazi aperti come fossero parte integrante della casa ha portato la viterbese Unopiù, originariamente piccola realtà artigiana per strutture in legno, a diventare una delle aziende leader in Europa per l’arredamento da esterni.

Nata più di 30 anni fa a Soriano del Cimino, l’azienda



Se la casa è sempre stata racconto e riflesso della personalità di chi la abita, negli ultimi anni è cresciuto il desiderio di vivere gli spazi outdoor col medesimo entusiasmo e la stessa familiarità, ricercando negli arredi da esterni gli stessi accorgimenti dell’ambiente domestico in fatto di funzionalità, comfort e qualità. La progettazione per esterni, alla continua ricerca di eccellenza e di versatilità, testimonia oggi infatti non solo un’esigenza di recupero di contatto con il verde, ma la filosofia stessa di questo nuovo vivere, un continuum spazio-temporale tra l’interno e l’esterno.

vanta oggi un catalogo di 2.000 articoli (la collezione per esterni più ricca del mondo), collaborazioni con designers come Antonio Citterio, Marco Piva, Luca Scacchetti e Carlo Martino, e ben 33 spazi espositivi tra Italia, Francia, Spagna e Germania. Le nuove aperture franchisee in Arabia Saudita, Egitto, Israele e Marocco, testimoniano una diffusione sempre più studiata e capillare sul globo, investimento che si è rivelato essere carta vincente per l’azienda per far fronte alla recentissima crisi economica mondiale ed in particolar modo italiana.

Volta ad una sempre più alta ricerca tecnologica e ad un



rinnovo continuo delle collezioni, l'azienda non dimentica tuttavia uno dei suoi claim principali, "Tradition and craftsmanship, this is Unopiù taste", ed ancora oggi conserva un approccio al progetto fedele a quello tradizionale, nelle forme, nei materiali e nelle finiture. Il design dei prodotti, pur sempre lineare, puro, pulito, rievoca la storia italiana, inglese e francese, attingendo al passato: dalle forme medievali a quelle liberty con la sicurezza propria di chi sa riattualizzare con gusto ed armonia.

Il tutto avvalendosi di materiali di gran pregio, dal tradizionale ferro delle pergole, forgiato e verniciato a polveri, alla classica terracotta per i vasi, al più prezioso teak dei mobili a listelli, alle fibre sintetiche di nuova

poltrone illuminate realizzate in rotomoulding e tavoli che sembrano reggersi solo grazie al sapiente intreccio di fibre sintetiche, pronipoti del delicatissimo rattan. Sono tutti prodotti nati da un'originale progettazione, mai estrema ma concreta ed innovativa, che ha trovato nella scelta di materiali di prima qualità, nell'uso di tecnologie d'avanguardia e nell'accuratezza delle finiture artigianali i suoi inconfondibili punti di forza.

Gli spazi esterni (le quattro aree che l'azienda definisce sono Giardino, Piscina, Terrazza, Veranda), abitati dai pregiati prodotti Unopiù e dai pratici accessori, appaiono accoglienti come salotti, vivaci e confortevoli, perfettamente flessibili per ogni esigenza.



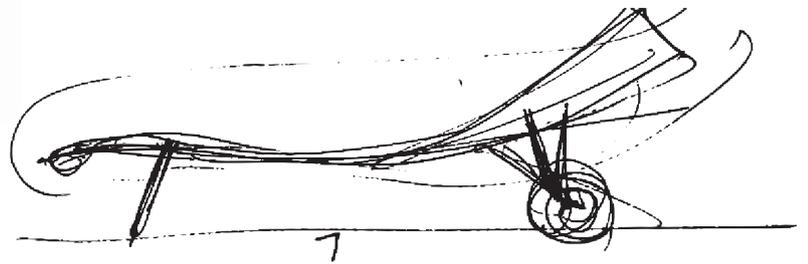
generazione WaProLace, che rendono tavoli e sedute resistenti a tutte le intemperie (il nome deriva dalle parole inglesi "Water-proof", a prova di acqua, e "Lace", merletto).

Emblematica dello stile sobrio, pulito e decisamente attuale del catalogo dell'azienda, è la collezione Contemporary, nata nel 2006 ed in continua espansione. Oggi comprende 11 linee, molto differenti tra loro ma caratterizzate tutte da un design di grande eleganza e praticità. Ne fanno parte ergonomiche chaises longues in teak e freschi lettini in ferro colorato, futuristiche

Unopiù, Swing, chaise longue impilabile, teak con cuscino acrilico tempotest. | *Unopiù, Swing, chaise longue, teak with acrylic tempotest pillow.*

Unopiù, Synthesis, chaise longue impilabile. | *Unopiù, Synthesis, stacking chaise longue.*

Unopiù, Welcome, divano completo di elemento angolare, massello di teak. | *Unopiù, Welcome, sofa complete with a corner module, solid teak.*



Marco Piva

*'Fluid living'. A new yet already extremely overused expression that seems so familiar because it has been heard hundreds of times at trade fairs and seminars and read in countless company catalogues – so much so that it almost seems a cliché. With a term that immediately evokes lightness and movement the expression describes the modern-day way of thinking about and experiencing spaces, whether indoors or out, public or private. Our schedules continually become unexpectedly more hectic, appointments get missed or overlap, our activities no longer require a physical workspace and we move in an increasingly 'liquid' manner in a world made up of a variety of environments that are both private and social spaces. A home has always reflected the personality and life story of the person who lives in it and in recent years a desire has grown to experience outdoor spaces with the same enthusiasm and the same familiarity. People now look for the same details in outdoor furnishings as in their home, in terms of practicality, quality and comfort. Exterior design, which is continually searching for excellence and*

*versatility, today demonstrates that there is not only a need to rediscover a contact with nature, but also proves the very philosophy of this new way of life, in a spatial and temporal continuum between indoors and out. Terraces and gardens are no longer filled with banal, discarded objects but with very appealing furnishing elements, sometimes inspired by regional artisan tradition and sometimes by striking technological precision, but they are invariably functional, light and comfortable and can often fit just as well either inside our outside homes. This desire to create elegant furnishing solutions for outdoor spaces, as if they were an integral part of the home, has led Unopiù from Viterbo (originally a small artisan company producing wooden structures) to become one of Europe's leading outdoor furniture companies. Created 30 years ago in Soriano del Cimino, the company today boasts a catalogue with 2,000 items (the largest outdoor collection in the world), partnerships with designers such as Antonio Citterio, Marco Piva, Luca Scacchetti and Carlo Martino, and 33 showrooms in Italy, France, Spain and*



Unopiù, Flora, lettini impilabili, ferro zincato e verniciato a polveri. | Unopiù, Flora, sun beds, galvanized iron and varnished.

Unopiù, Equinox, poltroncine impilabili, acciaio inox e teak. | Unopiù, Equinox, seat, teak and stainless steel.

Unopiù, Eden, poltrona. | Unopiù, Eden, armchair.

Unopiù, Synthesis, divanetto. | Unopiù, Synthesis, sofa.

Germany. The opening of new franchises in Saudi Arabia, Egypt, Israel and Morocco are a demonstration of its increasingly planned and widespread network worldwide, an investment that has proved to be the company's trump card in facing the recent financial crisis that has affected the whole world and, especially, Italy. The company aims for increasingly high-tech research and continually renewed collections, but never forgets one of its main claims: 'Tradition and craftsmanship, this is Unopiù taste'. It still has an approach that is faithful to tradition, in its forms, materials and finishes. Product design is linear, pure and clean, while evoking Italian, British and French history and echoing the past - from Medieval shapes to Art Deco - with the certainty that everything will be rendered contemporary with taste and harmony. All this using extremely fine materials, from the traditional forged and dust painted iron pergolas to classic terracotta vases, the finest teak boards for furniture and WaProLace (the name derives from a combination of 'Waterproof' and 'Lace') new generation synthetic fibres that make

tables and chairs resistant to all weather conditions. The Contemporary collection, which was created in 2006 and is continually expanding, epitomises the sober, clean and decidedly modern style of the company's current catalogue. Today it has 11 ranges, all of which are very different, but are characterised by a great deal of elegance and practicality. There are ergonomic teak chaises longues and bright sunbeds in coloured iron, futuristic, illuminated rotomoulded armchairs and tables that only appear to stay up thanks to the skilful weave of synthetic fibres, the descendants of the extremely delicate rattan. These products are all the result of original design, which is never extreme, but always concrete and innovative, whose unmistakable strong points are their top quality materials, avant-garde technology and artisan precision finishes. Outdoor spaces (the company has defined four areas: Garden, Swimming Pool, Terrace and Veranda) are as welcoming as living rooms when filled with fine Unopiù products, which are bright, comfortable and perfectly flexible for all your needs.



Filippo Pernisco

## Ora Acciaio

Tradizione all'avanguardia | *Cutting edge tradition*

La tradizione e la storia caratterizzano da sempre le grandi aziende ricche di know-how e di passione. Ora Acciaio, fondata nel 1936 con il nome "Ora Angeletti", proprio dalla famiglia Angeletti che è tuttora azionista di maggioranza, fa di diritto parte di una ristretta cerchia di brand, di fascia altissima, che si fanno portatrici di una certa cultura industriale italiana che ha reso il nostro Paese apprezzato in tutto il mondo.

Il marchio Ora Acciaio, risalente al 1961, anni di intensa creatività per il settore della produzione di mobili e oggetti d'arredo, è stato rinnovato di recente; in questo periodo così difficile per l'economia globale, ma di grande stimolo per chi, come l'azienda romana, ha la capacità e la volontà di continuare ad innovarsi. Il nuovo marchio sottolinea quindi la volontà di essere sempre più presenti sui vari mercati in tutte le aree geografico-economiche più importanti in Europa, Russia, Medio ed Estremo Oriente, confermando la tradizione storica che

la contraddistingue da ottanta anni e che ha reso Ora Acciaio leader nel proprio settore.

La ricerca che ha caratterizzato le attività dell'azienda anche in questo periodo così difficile, ha coinvolto in grande parte il design, viste le opportunità di crescita nei paesi emergenti, puntando sui prodotti di successo già in catalogo e completando la gamma con nuovi prodotti disegnati da architetti di fama internazionale. Luca Scacchetti, Lucci/Orlandini e Nikolas Chachamis sono i designer che hanno dato vita alle più importanti novità di Ora Acciaio. La serie Rho, diventata punta di diamante dell'azienda, la linea Dhow e il versatile sistema Hydra. I prodotti Ora Acciaio sono intrisi di significati, quasi delle opere d'arte. Basta citare la serie Rho, disegnata da Luca Scacchetti, che prende il nome da un frammento della periferia milanese, descrivendo, con le sue forme nette e talvolta severe, ma anche attraverso le infinite possibilità compositive, il nostro odierno modo di essere abitanti



Ora Acciaio, collezione Hydra. |  
*Ora Acciaio, Hydra collection.*

Ora Acciaio, collezione Dhow. |  
*Ora Acciaio, Dhow collection.*

metropolitani. La collezione è composta da tavoli, scrivanie, contenitori, cassettiere, librerie, ma in realtà è costituita da singoli pezzi quasi da modulare liberamente: gambe ad "L" di differenti misure, piani sagomati a biscotto o a osso di seppia, distanziali in metallo che hanno la funzione di appoggio, pannelli differenziate risolti, piedini derivati dalla forma dei distanziali stessi, cassettiere monolitiche e monumentali e continue variazioni di tutto ciò.

Il Dhow, invece, era una imbarcazione con vele triangolari che nell'antichità permetteva il commercio fra Oriente ed Occidente. Un nome, quindi, che ci riporta alla mente immagini classiche, le stesse immagini che hanno ispirato il concept del sistema. Il punto focale del progetto sta infatti nel capitello di unione fra gamba e piano, un elemento in fusione di alluminio con funzione di giunto strutturale e di arricchimento estetico, perfetta sintesi di plasticità materica e leggerezza formale.

La ricerca dell'eccellenza, ha permesso ad Ora Acciaio, in oltre settanta anni di attività, di affermarsi a livello mondiale, testimoniando ancora una volta come le capacità e la perseveranza sono qualità molto importanti in qualsiasi territorio o tipo di business.

Poche sono le aziende che sanno unire una gestione sapiente, quindi una produzione di profitto, con la diffusione di valori. Proprio la presenza di entrambi questi fattori rappresenta il Made in Italy più genuino e determina l'apprezzamento da parte del territorio e il riconoscimento internazionale. È quindi di grande importanza anche il fatto che l'intera produzione sia realizzata nel Lazio. Infatti, forte dell'esperienza acquisita negli anni, Ora Acciaio ha consolidato la propria struttura R&D creando una divisione contract funzionale ed indipendente. Il centro di produzione è collocato nell'hinterland romano e si estende su una superficie di 30.000 m<sup>2</sup>.



*Tradition and history have always been an important part of big companies with a wealth of know-how and passion. Ora Acciaio was founded in 1936 with the name 'Ora Angeletti', which it took from the Angeletti family – still the majority shareholders today. It has earned its place in a limited circle of elite brands whose form of Italian industrial culture is valued throughout the world. The Ora Acciaio brand dates back to 1961, a period of intense creativity for the furniture and decorative items industry, and was revamped recently.*

*This is a very difficult period for the global economy but it is also hugely stimulating for people – like those at the Roman company – who are able and willing to continue reinventing themselves. The renewal of the brand underlines the desire for an increasing presence on the various markets in all of the most important geographical and economic areas in Europe, Russia and the Middle and Far East, staying true to its distinctive historical tradition of the last eighty years, which has made Ora Acciaio a leading player in its field of business.*

*Research has been a distinguishing part of the company's work even in these recent troubled times and has largely involved design, given the opportunities for growth in emerging countries. It has focused on its successful existing goods and completed the range with new products designed by internationally renowned architects. Luca Scacchetti, Lucci/Orlandini and Nikolas Chachamis are the designers who have created Ora Acciaio's most significant new offerings: the Rho range, which has become the company's crowning glory, the Dhow line and the versatile Hydra system.*

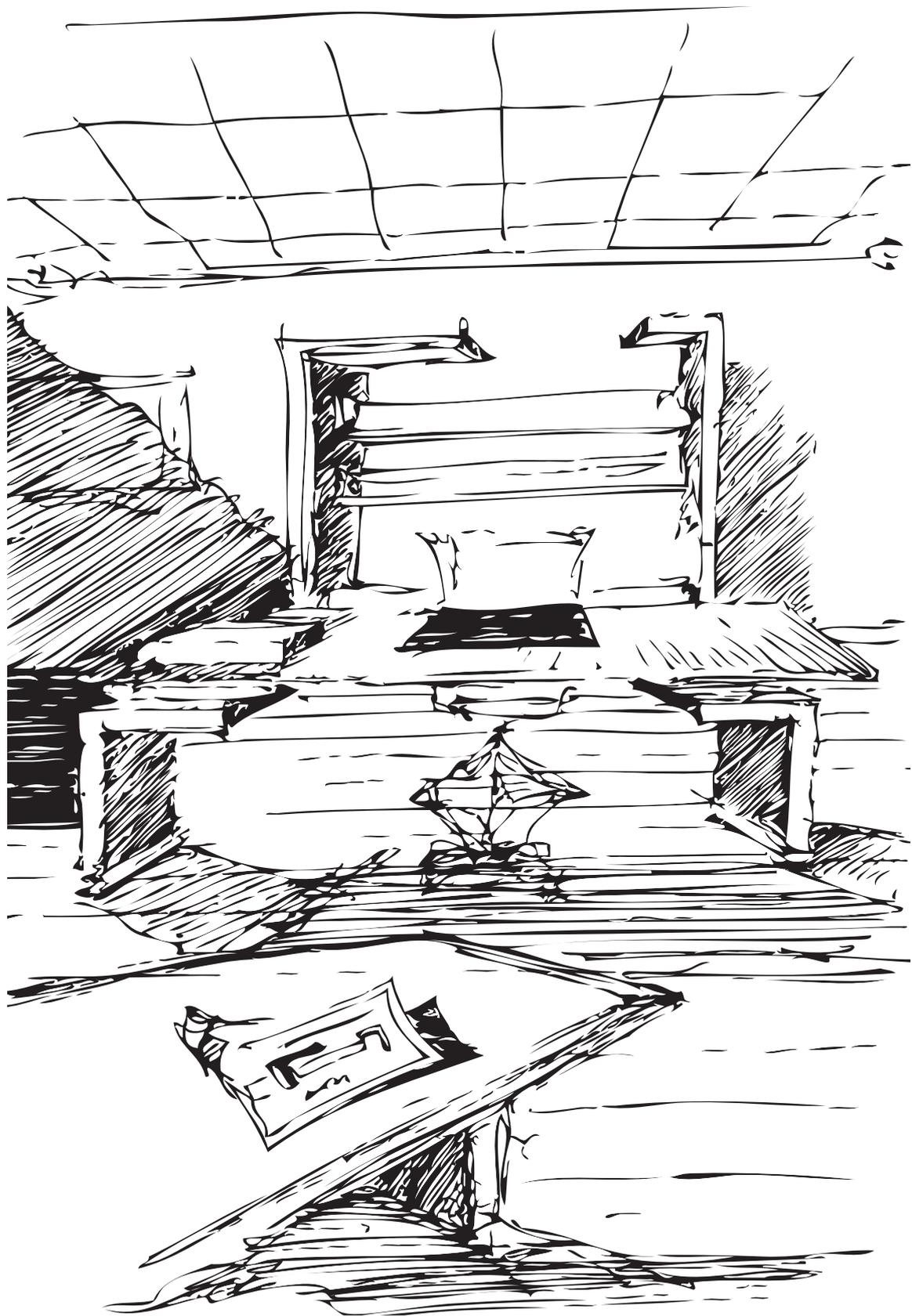
*Ora Acciaio products are steeped in meaning; they are almost works of art. Suffice it to mention the Rho range designed by Luca Scacchetti, which takes its name from an area of the Milan suburbs. With its clearly defined and sometimes austere forms, as well as its infinite compositional possibilities, it portrays our modern approach to metropolitan living. The collection features tables, desks, containers, chests of drawers and bookcases, but in actual fact it is made of individual pieces that can almost be put together freely: L-shaped legs of various sizes, round or oval tops, metal spacers that provide support surfaces, alternative panels, feet made from the forms of the spacers, monolithic and*

*monumental chests of drawers, and continual variations of all of this. Dhows, meanwhile, were boats with triangular sails that made trading possible between the East and the West in ancient times. The name conjures up classical images, and it was these very mental pictures that inspired the concept of the system. The focal point of the project lies in the connecting piece between the legs and the tops. This element in cast aluminium serves as both a structural joint and a source of aesthetic enrichment, perfectly summing up the malleability of the material and the lightness of the form.*

*Its search for excellence has allowed Ora Acciaio to establish itself internationally in over seventy years in business, once again showing that ability and perseverance are very important qualities in any location or field of industry. Few companies are capable of combining expert management – and therefore fruitful production – with the diffusion of values.*

*The presence of both of these factors makes Ora Acciaio a truly authentic representative of Italian industry and is the reason for its great appreciation in the local area and its international renown. The fact that all of the production work is done in the Lazio region is also hugely significant. With years of experience behind it, Ora Acciaio has consolidated its R&D unit and created a functional, independent contract division. The production plant is located outside Rome and covers a surface area of 30,000 m<sup>2</sup>.*





Ora Acciaio, collezione Rho,  
tavoli, scrivanie, contenitori,  
cassettiere, librerie | *Ora  
Acciaio, Rho collection, tables,  
desks, containers, dressers and  
bookcases.*

## Felice Ragazzo

### Arredo al centro | *Furniture at the Heart of the Country*

Cosa significa parlare di arredo - come attributo industriale e di design - in un contesto tutto speciale come quello di Roma e del Lazio? Dove indagare per cogliere l'essenza di un fenomeno che ha rivestito e riveste un non trascurabile ruolo nel panorama generale? Ecco le domande per un plausibile scenario. Roma, più di ogni altra città, è un luogo in cui si costruisce e poi si ricostruisce: è il suo destino di Capitale «permanente».

Partiamo dal dopoguerra, nel pieno della ricostruzione post-bellica. Occorre costruire l'immagine di uno stato moderno, alla pari dei Paesi più sviluppati. L'Agip di Enrico Mattei vara un piano di costruzione di Motels, non di lusso ma di qualità sostenuta, per assecondare una rete di mobilità dell'auto, funzionale ad un target di attori dello sviluppo del periodo. A metà degli anni '50, in affinità e in collaborazione al grande ente, sorge all'ombra di Forte Bravetta una grande industria dell'arredo, la MIM, presso la quale lavoreranno prestigiosi designers. Tobia Scarpa, Ico Parisi, ... ne sono alcuni. Purtroppo oggi la MIM non c'è più, non ha avuto successo il tentativo finale di versarsi al campo nautico da diporto. Quello degli anni '50 e '60 è stato un periodo fertile. Hanno visto la luce molte altre iniziative. Di tutto rispetto è quella relativa al tema delle sedute di comfort e incarnata dalla Poltrona Pizzetti. All'origine c'è l'utilizzazione industriale di un brevetto Nord Americano volto a movimentare organi per agevolare l'uso di sedili, schienali, poggiatesta. Ora, questo vincolo giuridico è superato e l'azienda cammina con le proprie gambe. Il colloquio avuto con il Sig. Fabrizio Pizzetti, Presidente della Sezione Legno e Arredamento dell'Unione degli Industriali e delle Imprese di Roma, è stato intenso e interessante per vari aspetti. È emerso chiaro che i tempi sono cambiati, che bisogna fare i conti con una situazione problematica, ma il gusto di provarci nello scovare nuove idee è apparso nitido e chiaro. Per esempio, la fiducia che lo stimolo alla differenziazione come reazione dall'omologazione connessa al sistema di vendita dell'ipermercato, possa aprire nuovi spazi, sia per chi produce, sia per chi fa design, è certamente un'idea sul tappeto. Il presupposto del ragionamento è che in una società di massa sia benvenuto il sistema di vendita dell'ipermercato in quanto fautore di un innalzamento

generalizzato degli standard di vita, sapendo, tuttavia, che tutto ciò ha come contropartita l'omologazione, il cui superamento implica, appunto, la differenziazione. Naturalmente, il panorama produttivo a Roma e nel Lazio contempla altri casi degni di interesse. Per il settore mobili da ufficio è il caso di parlare di Ora Acciaio. L'azienda fu fondata nel 1936 allo scopo di produrre mobili ed accessori per scuole, enti pubblici e Comuni. Col trasferimento a Pomezia, nel 1960, l'azienda assume una fisionomia degna di una platea internazionale. Oltre ai mobili per uffici, la particolare specializzazione consiste nelle Pareti Attrezzate. La vocazione al design è espressa con incarichi a professionisti quali: Luca Scacchetti, Lucci e Orlandini e Nikolas Chachamis. Una vicenda che potrebbe essere consacrata ad una visione "poetica" del design, riguarda Aldo Bartolomeo, con Stildomus. L'origine è del 1956. La sede è a Pomezia. Bartolomeo, industriale e designer egli stesso, ha coinvolto tra gli anni '60 e '70 personaggi di prima grandezza, quali: Bruno Munari, Tobia Scarpa, Ico Parisi e Pino Tovaglia. L'industrializzazione innovativa dell'area pontina si è espressa con tratti peculiari. Un caso importante è Bolici, coi suoi circa 600 addetti. A parte quelli di tipo nautico, i settori oggi coperti vanno dal contract, alle costruzioni speciali, ai servizi. La sede principale è a Nettuno. Il gruppo Bolici è stato precoce nel dotarsi di centri di lavoro a controllo numerico. Sempre su di una linea d'arredo improntata ad innovazione tecnologica spinta, dotata di CNC, è l'azienda Devoto di Cisterna di Latina. Ancora nell'area pontina, sempre in uno spirito di avanguardia tecnologica, hanno sede realtà fortemente vocate alla specializzazione di prodotto. Tra queste meritano di essere menzionate la Specchio Piuma di Pomezia, per la produzione di specchi ultraleggeri, utili nel campo dell'architettura d'interni e dell'allestimento. A Trigatoria, invece, ha sede un'azienda che produce speciali sistemi di diffusione acustica, concepiti secondo principi di alta specializzazione scientifica: la Nac Sound. Esempi emblematici sono disseminati anche a Nord di Roma. Le Fonderie Viterbesi, per esempio, costituiscono una realtà cospicua per quanto riguarda le tecniche di fusione in vari campi d'arredo, compreso quello di tipo abitativo. Un caso tutto a sé è poi quello di Covo. L'azienda di

Formello, attraverso le collezioni promosse, svolge l'attività di una Firma italiana, bilanciando atmosfere orientali e occidentali. Il panorama delle proposte, così come quello dei designers coinvolti, esprime un carattere di ricerca giovane e cosmopolita. Gli arredi per esterni sono oggi eccellentemente rappresentati da Unopiù, un'azienda nata in provincia di Viterbo. Il presupposto d'origine consistette nella cospicua disponibilità di legno di castagno di ottima qualità nella zona. Oggi, con il campo d'azione più esteso, l'approvvigionamento dei materiali legnosi si è internazionalizzato, alla pari dei mercati in cui l'azienda ha influenza. La proprietà è costituita da un importate Fondo di Investimento. Nello stesso settore va segnalata l'attività di un'altra azienda di rilievo, ubicata nel perimetro urbano di Roma: i Vivai del Sud. Passando al settore-illuminazione, il riferimento obbligato è Slamp. La sede è a Pomezia, il fondatore è stato Roberto Ziliani, il principio attivo fu Swatch, nel 1994. Il fantasioso spirito creativo espresso nei prodotti è materializzato per mezzo di una tecnica spartana: la fustellatura e la piegatura di sottili lastre polimeriche. L'aura cosmopolita del marchio è sottolineata da collaborazioni prestigiose. La collezione Atelier, curata da Anna Gili poggia su designers quali: Alessandro Mendini, Nanae Umeda, Maria Cristina Hamel, Sanchita Ajjampur, Walter Garro, Massimo Caiazzo, Randi Kristensen, Wendy Weathley. All'origine un ruolo è stato svolto anche da Romeo Guaricci. La successiva Cleto Munari Collection, curata da François Zille, aggrega un gruppo di altri grandi designers, tra cui Aldo Cibic, Roberto Pezzetta, Riccardo Dalisi, Enzo Cuccaro e Xavier Moulin. Sempre nel settore-illuminazione, si distingue un'azienda specializzata nella produzione di una speciale pellicola elettroluminosa: la Elshine, di Roma.

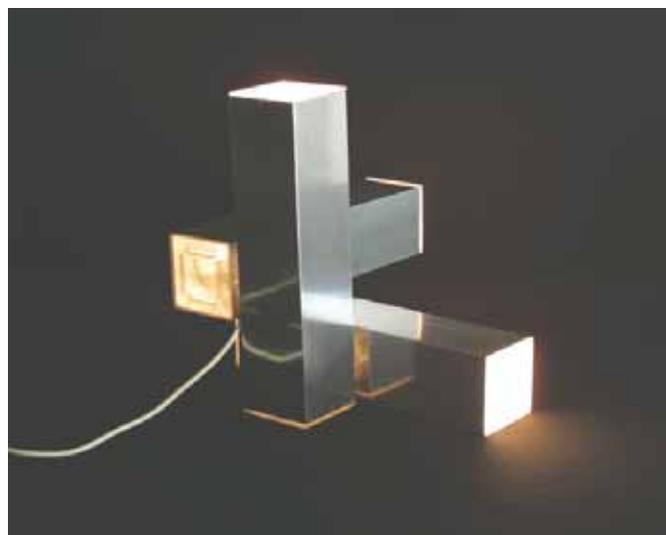
Per finire, un marchio di prima grandezza, la cui sede legale è in Via Condotti, ma con postazioni in tutto il Mondo, che oltre alla moda, tratta "casa", "luce" e "outdoor", è quello di Fendi.

Insomma, Roma coi suoi quattro milioni e più di cittadini è circa equivalente all'Irlanda, poco meno della Finlandia, circa la metà dell'Austria o della Svezia, rappresenta, con ogni evidenza, un cospicuo mercato e, allora, perché non manifestare anche una vocazione produttiva?

Mim, Scrivania Terni, design Ico Parisi. | *Mim, Terni desk, design Ico Parisi.*

New Lamp, Ascissa, design F. Cocchia G. Fini, 1970.

Stildomus, sedia Segesta, design Afra e Tobia Scarpa, 1976. | *Stildomus, Segesta chair, design Afra and Tobia Scarpa, 1976.*



What does it mean to talk about furnishings – as an industrial and design attribute – in a very special context like that of Rome and the Lazio region? Where to prod to capture the essence of a phenomenon that has held and still holds a noteworthy role in the overall picture? Here are the questions for a plausible scenario. Rome, more than any other city, is a place in which men build and then rebuild: it is its destiny as the ‘permanent’ Capital. Let’s start from the post-war period, in the middle of the reconstruction. It is necessary to create the image of a modern state, to par with the most developed Countries. Enrico Mattei’s Agip launches a building plan for Motels, not luxurious but good quality, to comply with a network of car mobilization, useful for a target of players involved in the development of that period. In the mid-1950s, in affinity and in collaboration with the big company, a large furniture factory, MIM, emerges next to Fort Bravetta, for which prestigious designers will work. Tobia Scarpa and Ico Parisi, just to name a few. Unfortunately today MIM no longer exists, as the final attempt to shift to the nautical pleasure sector has not succeeded. The 1950s and 60s proved to be a fertile period. Many other initiatives came to light. Worthy of great respect is the one related to comfortable seating and incarnated by Poltrona Pizzetti. At the origin is the industrial use of a North American patent focused on moving elements to facilitate the use of seats, backrests and footrests. Now, this legal constraint has been surpassed and the company walks on its own two feet. The interview with Mr. Fabrizio Pizzetti, President of the Wood and Furnishing Trade Section of the Rome Industrialist and Enterprises Association, was intense and interesting for various aspects. It clearly emerged that times have changed, that problematic situations need to be reckoned with, but the desire to seek out new ideas came through bright and clear. For example, the confidence in the fact that the drive towards differentiation as a reaction to the homologation connected to the sales system of hypermarkets can open new venues, both for who produces, and for who designs, is certainly an idea up for discussion. The premise of the argument is that in a mass society the sales system of the hypermarket is welcomed as a promoter of a general

improvement of living standards, aware, nonetheless, that all of this results in homologation. Overcoming it precisely implies differentiation. Naturally the production scenario in Rome and the Lazio region contemplates other cases worthy of mention. For the office furniture sector we must talk about Ora Acciaio. The company was created in 1936 with the goal of producing furniture and accessories for schools, public offices and Municipalities. With the move to Pomezia in 1960, the company takes on an appearance worthy of an international platform. In addition to office furniture, the particular specialization is in Wall Units. The vocation towards design is expressed with job assignments to professionals like: Luca Scacchetti, Lucci e Orlandini and Nikolas Chachamis. An event that could be consecrated to a ‘poetic’ vision of design regards Aldo Bartolomeo, with Stildomus. Founded in 1956, the headquarters is in Pomezia. Bartolomeo, industrialist and himself a designer, during the 1960s and 70s involved very important personalities, such as: Bruno Munari, Tobia Scarpa, Ico Parisi e Pino Tovaglia. The innovative industrialization of the Pontina area has expressed itself with distinguishing traits. An important case is Bolici, with its near 600 employees. Aside from the nautical one, the sectors covered today go from contracts, to special constructions, to services. The head office is in Nettuno. The Bolici group was precocious in equipping itself with numerical control work centres. Also based on a design imprint that is daringly technologically innovative, and endowed with CNC, is the Devoto company in Cisterna di Latina. Still in the Pontina area, always with an avant-garde technological spirit, we find companies that are strongly inclined to the specialization of the product. Among these Specchio Piuma of Pomezia deserves mention, for the production of ultra light mirrors, used in the fields of interior architecture and outfitting. Instead, a company that produces special systems of acoustical diffusion, based on highly specialized scientific principles, is headquartered in Trigatoria: Nac Sound. Emblematic examples are also scattered north of Rome. The Fonderie Viterbesi, for example, constitutes a considerable reality with regards to fusion techniques in various fields of furnishings, including the housing field. A unique case is

that of Covo. The Formello-based company, through its successful collections, carries out the activities of an Italian Signature, balancing eastern and western atmospheres. The scenario of the proposals, and that of the involved designers, expresses a cosmopolitan and youthful spirit of research. Outdoor furnishings are very well represented today by Unopiù, a company born in the province of Viterbo. The widespread availability of good quality chestnut wood in the area provided the foundation for its creation. Today, with a larger playing field, the supply of wood materials has become international, to par with the markets where the company has influence. The property is constituted by an important Investment Fund. In the same sector the activity of another noteworthy company, located in Rome's urban perimeter, must be signalled: the Vivai del Sud. Moving to the lighting sector, the benchmark company is Slamp. The headquarters is in Pomezia, the founder was Roberto Ziliani, the active principle was Swatch, in 1994. The imaginative creative spirit expressed in the products is materialized with a Spartan technique: the die-cutting and folding of thin polymeric sheets. The brand's cosmopolitan aura is underlined by prestigious collaborations. The Atelier collection, curated by Anna Gili, relies on designers like: Alessandro Mendini, Nanae Umeda, Maria Cristina Hamel, Sanchita Ajjampur, Walter Garro, Massimo Caiazzo, Randi Kristensen, Wendy Weathley. In the beginning Romeo Guaricci also played a role. The subsequent Cleto Munari Collection, looked after by François Zille, adds a group of other important designers, among which Aldo Cibic, Roberto Pezzetta, Riccardo Dalisi, Enzo Cuccaro and Xavier Moulin. Still in the lighting sector, Rome's specialized Elshine company distinguishes itself in the production of a special electroluminescent film. In conclusion, a top brand, with its administrative headquarter in Via Condotti, but with locations all over the world, and that in addition to fashion, also covers 'home', 'lighting' and 'outdoors', is Fendi. In short, Rome, with its over four million citizens, is more or less equivalent to Ireland, a little less than Finland, about half of Austria or Sweden. It represents, quite obviously, an important market, and so why not also show a productive vocation?





## Covo

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

Covo, costituita nel 1997, è impegnata nella produzione di oggetti per la casa di alta qualità artigianale - dalle porcellane giapponesi ai vetri di Murano. È orientata al design cercando di definire, attraverso una collezione di oggetti dall'ispirazione contemporanea, un taglio diverso, innovativo, senza però dimenticare le origini. Su questa linea si utilizzano diversi materiali tradizionali e antichi come il vetro, la porcellana ed il ferro per poi trasformarli in nuovi progetti di design.

*Covo, set up in 1997, is engaged in the production of high quality crafted home ware - ranging from articles in Japanese porcelain and Murano glass. Oriented towards design, in its collection of objects that are contemporary in feeling, Covo aims at producing innovative objects without losing sight of its origins. Various traditional and antique materials are used such as glass, porcelain and iron which are then transformed into new design projects.*



## Codice a barre

Codice-a-barre di Alessio Gismondi è stata fondata nel 1995. Progetta e produce oggetti di arredo di forte immagine con il dichiarato intento di rendere ogni ambiente un luogo evocativo, uno scenario che permetta di dimenticare la routine quotidiana a cui siamo costretti. I prodotti non sono condizionati dalla rigidità di sistemi produttivi, e sono fedeli essenzialmente alla qualità.

*Codice-a-barre by Alessio Gismondi was founded in 1995. It designs and produces strongly profiled furnishings with the declared intention to turn any room into a place of evocation, a setting enabling people to forget the daily routines we are all trapped in. The products are not limited by the rigidity of production systems and are essentially the faithful expression of the notion of quality.*



## Miami Swing

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

Il marchio Miami Swing e la sua filosofia, nascono dalle idee di un uomo di cultura e spettacolo come Renzo Arbore, la capacità di tradurre le idee in oggetti materiali, è invece affidata al design di Cappellini e Licheni, con la collaborazione di Lanzetta e Capitani. Propone soluzioni per ambienti solitamente di rappresentanza, arredi che esattamente come la musica swing, trasmettono una tensione ritmica inedita e difficilmente descrivibile a parole.

*The Miami Swing brand and its philosophy originate from the ideas of Renzo Arbore, an expert showman and man of culture. The translation of the ideas into material objects has been entrusted to the designing skills of Cappellini & Licheni, with the collaboration of Lanzetta & Capitani. It proposes furnishing solutions for environments that are generally used for reception and entertaining: furnishings that, exactly like swing music, transmit a unique rhythmic energy that is hard to describe in words.*



#### Artwo

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

Artwo è un percorso tra arte, design e realtà sociale. Da un lato vuole unire la passione per l'arte contemporanea e il design, creando un percorso di intelligenza estetica e qualità morale dei prodotti; dall'altro lavorare con le realtà penitenziarie, offrendo ai detenuti un percorso formativo che li coinvolga fattivamente nella produzione di oggetti funzionali. Lo scopo è creare un brand tra arte e design dal marketing moralmente sano. Promuovere artisti e giovani designer in Italia e all'estero.

*Artwo represents a pathway through art, design and social realities. On the one hand, it aims at merging the passion for contemporary art and design by interweaving the aesthetic intelligence and ethical quality of products; on the other hand, it aims at working with the penitentiary system by offering inmates a training opportunity that might constructively involve them in the production of functional items. Its goal is to create an ethically sound marketing system for a brand that merges art and design and to promote young artists and designers both in Italy and abroad.*



#### Neroporpora

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

Neroporpora è una firma totalmente Made in Italy che introduce nel mercato nazionale ed internazionale prodotti di artigianato artistico-creativo. L'idea nasce nel 2004 dall'imprenditore Franco Ambrosio e dalla designer Antonietta Polizzi. L'azienda è mossa dalla ricerca maniacale della qualità e dell'estetica. Ogni prodotto è realizzato da diversi artigiani italiani specializzati. Una riflessione lunga che parte dall'osservazione dell'arte e della natura, dall'estro geniale nella creazione, dal buon gusto, dalla sensibilità.

*Neroporpora is a national and international retailer of artistic and creative craft products that are entirely made in Italy. The entrepreneur Franco Ambrosio and the designer Antonietta Polizzi came up with the idea in 2004. The company is driven by an obsessive quest for quality and aesthetic appeal. Each product is made by a number of specialist Italian craft workers. The goods come together after a long reflection period involving observation of art and nature, the genius of inspiration in creation, good taste and sensitivity.*



#### Ora Acciaio

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

Ora Acciaio S.p.A, fondata nel 1936, è tra le più importanti e qualificate aziende nella produzione di sistemi di arredo e pareti mobili per ufficio e nella progettazione di ambienti destinati al lavoro di concetto. Leader nel settore, presente nei mercati nazionali e internazionali, l'azienda basa sul continuo controllo del trinomio uomini-prodotto-tecnologia.

*Ora Acciaio, founded in 1936, is among the most important and qualified firms producing furnishing and movable walls for office premises and in the planning of work spaces for employees. A leader in its sector, present on national and international markets, the company is based on the continuous checking of the man-product-technology trinomial.*



#### F.lli Bruno

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

Nata nel 1950, la F.lli Bruno Spa inizia la propria attività con la costruzione di arredi scolastici e complementi per comunità, affidandosi alla ricerca e alla cura dei primi artigiani del settore. Nel 1965, in relazione allo sviluppo del mercato e grazie all'impiego delle risorse umane, l'Azienda trasforma l'attività in produzione industriale, con un prodotto da subito affidabile e competitivo. Oggi la F.lli Bruno si pone come uno dei principali produttori italiani ed europei di arredo scolastico, a cui si affiancano le nuove LINEE UFFICIO, concepite per soddisfare le esigenze dell'ufficio moderno.

*Fratelli Bruno S.p.A. was founded in 1950 and started out making furniture for schools and communities, with the research and work meticulously done by the top craftsmen in the field. With the market developing, in 1965 the company took on more human resources and switched to industrial production, making goods that were reliable and competitive from the very start. Fratelli Bruno is now one of the leading Italian and European school furniture manufacturers and it has also added a new line to meet the requirements of modern offices.*



**Poltrona Pizzetti**

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

L'azienda incarna a Roma una storia peculiare. La sede è in Via Scorticabove, lungo la Via Tiburtina (quartiere di San Basilio). Il concetto propugnato di relax consiste in una poltrona ad assetto variabile governata da speciali azionamenti. La longevità dei prodotti è garantita da molleggiamenti metallici di tipo «a serpentina». Lo stabilimento, di 54.000 m<sup>2</sup>, è attrezzato per produrre sia i semilavorati lignei, sia i dispositivi metallici, sia le imbottiture e i rivestimenti, inoltre, ospita uno show-room.

*This Rome-based company can boast a singular history. Its headquarters are on Via Scorticabove, which is just off Via Tiburtina in the San Basilio district. It offers a relaxation concept in the shape of an armchair with special mechanisms to move it into a variety of positions. The coiled metal spring systems ensure that the products are long-lasting. The 54,000 m<sup>2</sup> plant is capable of producing semi-finished wooden goods, metal devices, padding and coverings. It also contains a showroom.*



**MBM biliardi**

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

Lo stile nel design applicato con cura all'arredo ed ai biliardi, sono la garanzia che ci contraddistingue. Uno staff di professionisti in grado di garantire un'accurata costruzione ed una perfetta integrazione dei nostri tavoli in ogni ambiente. Nel nostro stabilimento di 6.500 mq. di superficie, utilizziamo le più alte tecnologie, garantendo l'arte e la qualità dei nostri prodotti, selezionando con cura i materiali impiegati, lavorando con macchine a controllo numerico di altissima tecnologia.

*Style carefully applied to the design of interior decorations and billiard tables are the guarantee characterizing this Company which groups together a staff of professionals capable of assuring high-quality manufacturing and a perfect integration of its tables in any kind of décor. In its 6,500 sq. m. manufacturing plant, use is made of the most advanced technologies while guaranteeing the art and quality of products by carefully selecting the materials used and working with very high-technology numerically controlled machine tools.*



**Nac Sound**

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

NACSound produce diffusori acustici come parte integrante della spazio architettonico. I prodotti hanno una valenza sia tecnologica che formale, sia matematica che sonora dove il suono si integra naturalmente allo spazio, ai colori e alla luce che lo circondano. La musica, in questo modo si armonizza naturalmente all'ambiente architettonico che la accoglie.

*NACSound produces acoustic diffusers as an integrated part of architectural space. The products have a valence that is at one and the same time technological and formal, mathematical and sonorous where the sound blends naturally into space, colouring and light that surrounds it. In this way, the music harmonises with its surroundings.*



#### Fonderie Viterbesi

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

La Società Fonderie Viterbesi, fondata negli anni '60, dedica la sua attività al settore della chiusineria in ghisa grigia, arredo urbano, arredo interno, illuminazione pubblica e stradale ed è stata una delle prime Società a credere, fin dagli anni '80, nella ghisa sferoidale.

Ha da sempre ricercato nuove soluzioni atte a soddisfare le esigenze della clientela, facendo particolare attenzione alla progettazione ed alla realizzazione di prodotti conformi alle principali norme internazionali.

*Fonderie Viterbesi, a company founded in the 1960s, is active in the sector of manhole covers in grey cast iron as used in urban contexts, public and street lighting. In the 1980s, the company was one of the first to believe in the use of spheroidal cast iron. Researching new solutions has always been a priority aimed at satisfying customer needs with special attention to the planning and realisation of products conforming to international regulations.*



#### Unopiù

[www.unopiù.it](http://www.unopiù.it)

Azienda Leader nel settore degli arredi per esterno di alta gamma, progetta, produce e installa pergole, gazebo, coperture e arredi da esterni. Legno, ferro, alluminio, midollino, cotone per un'ampia gamma di soluzioni, dalle linee più classiche fino alla collezione "Contemporary" che interpreta questi materiali in chiave moderna. Attraverso la sezione e-commerce e il catalogo per corrispondenza esporta i suoi prodotti in tutto il mondo.

*A leader in outdoor state-of-the-art furniture, the company designs, produces and installs pergolas, gazebos, roofing and outdoor furniture. Wood, iron, aluminium, wicker, cotton are the materials used for a wide range of solutions, from classical designs to the "Contemporary" collection that uses these materials in their modern design. The company catalogue and e-commerce are used to export all over the world.*



#### Pagano

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

Azienda di fama internazionale nella costruzione di residenze in legno, Pagano pensa e vive la natura con progetti a misura d'uomo ideati nel rispetto dell'ambiente con la ricercatezza del dettaglio grazie all'abbinamento del legno, l'elemento più antico dell'architettura, con i più avanzati materiali delle costruzioni moderne. La tipologia progettuale consente continue variazioni, seguendo la creatività e le esigenze dei committenti, rispondendo alle loro richieste e necessità.

*An internationally known Company operating in the construction of wooden homes, Pagano's intention is to integrate with Nature with projects that are custom-made for human use and also environmentally friendly, with a taste for detail that comes out of the combination of wood, the most long-dated element used in architecture, and the most advanced materials in modern construction. The design typology is open to continuous variations with the aim of adjusting to the creativity and needs of the customers by meeting their specific requirements and needs.*



#### Ethimo

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

La profonda passione di Ethimo per il giardino è anche la storia di una famiglia che da oltre 30 anni è intimamente legata al mondo del gardening. Dapprima con Unopiù, creata e portata al successo internazionale nel corso dei 25 anni di gestione; in seguito con il Centro Botanico Moutan, un giardino dedicato alle peonie nato inizialmente come collezione privata e diventato nel tempo un centro di studio, coltivazione e ricerca su questo splendido fiore. Da questa duplice e grande esperienza nasce oggi ETHIMO.

*Ethimo's deep-rooted passion for plants is built around a family that has had close ties with the world of gardening for over 30 years. It started with the management of Unopiù, which was created and made into an international success over a period of 25 years. Next came the Moutan Botanic Centre – a garden devoted to peonies that was originally a private collection and over time became a study, cultivation and research centre for these wonderful flowers. These two marvellous experiences have now led to the founding of ETHIMO.*



## LeGlass

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

Il Progetto LeGlass nasce ad Ardea (Roma) da una intuizione del presidente Mario Mastrototaro. L'idea straordinariamente semplice ma nello stesso tempo geniale è stata progettata e sviluppata dal designer Enrico Marchetti. La progettazione del modulo LeGlass nasce dall'esigenza di proporre agli operatori del settore (progettisti, architetti, arredatori) un prodotto di estrema versatilità le cui combinazioni formali e cromatiche sono virtualmente infinite e di gran lunga superiori a tutto ciò che in termini di mattoni in vetro, il mercato ha finora proposto.

*The LeGlass project was launched in Ardea (Rome) after a brainwave by the chairman Mario Mastrototaro. The design and development work for this exceptionally simple yet brilliant idea was done by Enrico Marchetti. The LeGlass modules are designed to offer people in the trade (designers, architects, interior decorators) an extremely versatile product with a practically infinite range of shape and colour combinations that are far superior to those of any other glass bricks previously available on the market.*

## Specchio piuma

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

Dal 1993 la Specchio Piuma S.a.S. opera nel campo dell'Architettura d'Interni e dell'Allestimento divenendo ad oggi leader in Europa nella progettazione e produzione (con marchio registrato e procedimento esclusivo) di specchi ultraleggeri. Grazie all'innovativo processo di ignifugazione lo specchio ultraleggero Specchiopiuma® trova ampia applicazione nella realizzazione di controsoffitti, plafoni specchianti per l'Edilizia di pregio, gli allestimenti fieristici e la scenografia moderna.

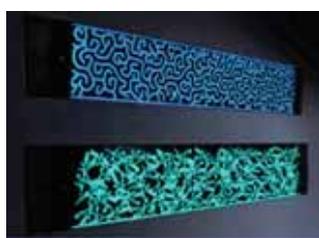
*Specchio Piuma S.a.S. has been working in the field of interior architecture and decoration since 1993 and is now one of Europe's leading designers and producers of ultralight mirrors, with a registered trademark and an exclusive procedure in place. Thanks to the innovative fireproofing process, Specchio Piuma® ultralight mirrors are widely used in false ceilings, mirrored ceilings for upmarket buildings, exhibition decoration and modern set design.*

## Gruppo Bolici

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

Dal 1979, anno in cui la Bolici venne fondata, ad oggi sono passati trent'anni. Trent'anni di successi che hanno visto crescere la solidità e il prestigio del Gruppo in ambito nazionale e internazionale. Una posizione raggiunta attraverso l'impegno e la tenacia nel perseguire i più elevati standard di qualità ed efficienza. Il Gruppo Bolici è oggi la sintesi perfetta tra l'esperienza che viene dal passato e le intuizioni che anticipano il futuro.

*Thirty years have passed since Bolici was founded in 1979. In its three decades of success, the solidity and prestige of the group have grown nationally and internationally. It has reached its current position thanks to its commitment and drive in the pursuit of the highest levels of quality and efficiency. Today the Bolici Group perfectly combines the experience of the past with insight that anticipates the future.*



### Slamp

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

Slamp nasce nel 1993 come rivoluzionario progetto di marketing lanciando una lampada innovativa - l'Opalflex® - da acquistare in modo frequente e d'impulso, in un mercato luce e arredo caratterizzato da acquisti saltuari e meditati. L'azienda porta avanti concept di unicità, contemporaneità e ironia ricercando materiali con proprietà uniche di luminosità, infrangibilità e flessibilità.

*Slamp was set up in 1993 as a revolutionary marketing project for the launch of an innovative lamp - Opalflex® - as a frequent impulse buy in a light fittings/ furnishing market characterised by only occasional meditated purchasing. The firm specialises in one-of-a-kind articles with a contemporary and witty feeling, researching materials with original qualities of luminosity, unbreakability and flexibility.*

### Elshine

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

La società Elshine Srl, ha sviluppato una tecnologia di produzione relativa ad un prodotto altamente innovativo: una pellicola elettroluminosa, di spessore inferiore al millimetro flessibile applicabile su qualsiasi tipo di superficie, utile, in molteplici settori di applicazione, a sostituire i sistemi tradizionali di illuminazione o ad offrire soluzioni illuminotecniche assolutamente non realizzabili con prodotti alternativi.

*The Elshine Srl company has developed a production technique for a highly innovative product: an elastic electro-luminous film, less than a millimetre thick, that can be applied to any surface. The film can be used extensively because it can replace traditional lighting systems and provide lighting that is impossible to produce any other way.*

### Siarco

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

La Siarco è articolata in tre diverse divisioni per sfruttare tutte le potenzialità del proprio know-how tecnologico nel settore della lavorazione delle lamiere metalliche. La Siarco Refrigerazione per la produzione, sia in serie che su progetto, di impianti e sistemi di refrigerazione industriale; la Siarco Design che offre una collezione di arredi e apparecchi illuminanti caratterizzati dall'uso della lamiera metallica; la Promo Siarco che realizza e gestisce progetti su misura per la promozione e il merchandising.

*Siarco is divided into three divisions in order to exploit the full potential of its technological know-how in the field of sheet metal manufacturing. Siarco Refrigerazione, for series and ad hoc design production of industrial refrigeration systems and plants; Siarco Design that produces characteristic sheet metal furnishings and lighting; Promo Siarco that designs and develops custom-made advertising and merchandising projects.*

### TLB

[www.tlb-lighting.com](http://www.tlb-lighting.com)

Azienda giovane, nata dall'esperienza in campo illuminotecnico, dei propri Partners. I prodotti TLB spaziano da singoli elementi dal design ricercato, a sistemi che utilizzino tecnologie contemporanee. L'impegno che TLB ha dedicato allo sviluppo dei propri prodotti ne fa un marchio in continua crescita, che in pochi anni ha conquistato ampi settori di mercato, rispettando le direttive RoHS, consorziata Eco/Light.

*A young company, created from its partners' experience in the lighting technology field. TLB products range from single elements of sophisticated design, to systems using contemporary technologies. The commitment TLB has devoted to the development of its products has made it a steadily growing name, which in just a few years' time has gained broad swathes of the market, complying with the RoHS Directive, and a member of the Eco/Light Consortium.*

## Innovation & Tradition

Antonio Las Casas

Le realtà imprenditoriali di successo, nel Lazio, si sono sempre identificate per singolarità ed eterogeneità di ambiti operativi. L'unica costante, ieri come oggi, sembra essere la presenza di designer, all'interno e all'intorno dell'azienda. Il vero valore aggiunto all'impresa scaturisce proprio dalla sinergia tra designer ed azienda: la loro illuminata collaborazione è quella magia che di fatto concretizza la differenza. Il valore intrinseco dell'operato travalica il senso del semplice oggetto, assurgendo a rappresentazione di quella carica emotiva e creativa dell'impresa italiana.

"Migliaia di milioni di individui lavorano, producono e risparmiano nonostante tutto quello che noi possiamo inventare per molestarli, incepparli, scoraggiarli. È la vocazione naturale che li spinge, non solo la sete di denaro. Il gusto, l'orgoglio di vedere la propria azienda prosperare, acquistare credito, ispirare fiducia a clientele sempre più vaste, ampliare gli impianti, abbellire le sedi costituiscono una molla di progresso altrettanto potente che il guadagno."

Questa frase di Luigi Einaudi fa ancora mostra di sé in molte botteghe e laboratori, industrie ed esercizi commerciali, a testimonianza della granitica volontà costruttiva di quelle persone che hanno un sogno. Dal fermento del dopoguerra ad oggi, molti sono gli esempi di eccellenze sviluppatesi nel Lazio, in un bacino culturale così diverso dalle realtà produttive nel nord Italia eppure così carico di innovazioni tanto da fungere da esempio e traino a tutta la nazione.

*In the Lazio area, successful businesses have always stood out for their uniqueness and the vast range of fields in which they work. Their only constant factor – both now and in the past – seems to be the presence of designers within and around the companies. The real added value of companies comes from this synergy between the designers and the firms: their enlightened partnerships provide the magic that sets them apart. The inherent value of the work goes beyond the sense of the simple object and embodies the emotional and creative energy of Italian companies.*

*'Thousands of millions of individuals work, produce and save despite everything that we come up with to bother them, hinder them and discourage them. It is their natural vocation that urges them on, not just the desire for money. The pleasure and pride of seeing one's company prosper, gain credit, earn the trust of more and more customers, expand its plant and enhance its premises spurs on progress just as much as profits do.'*

*This quote by Luigi Einaudi can still be seen in many studios, workshops, factories and businesses, showing the steely constructive will of people who have a dream. From the turmoil of the post-war period to the present day, many forms of excellence have appeared in Lazio, with its cultural catchment area that is so different from the manufacturing scene in the North of Italy yet so full of innovation that it serves as an example and driving force for the entire country.*





### Luce all'innovazione | *A new light for innovation*

Tradizionalmente i termini "ricerca" e "innovazione", nel settore del design o della tecnologia, non vengono spontaneamente associati a Roma ed al suo territorio. Elshine, però, costituisce di fatto una di quelle eccezioni che confermano la regola, che fanno riconsiderare la realtà delle industrie operanti intorno alla capitale, che coniugano nuove opportunità alla fantasia e al rischio creativo, motivi storici e vincenti del design italiano. Elshine nasce come azienda specializzata nella realizzazione conto terzi di pellicole luminose elettro-pilotate, tradizionalmente impiegate esclusivamente in ambito industriale per le segnalazioni luminose e nel campo delle scenografie e nell'exhibit come decorazione. La società ha sviluppato questa tecnologia mettendo a punto le Lighting Stripes ed i Magic Tape, in grado di varcare gli ambiti per cui erano nate per sbarcare con convinzione nel campo dell'interior design. Luminose pellicole diafane che animano suggestive grafiche o materiali antichi come il vetro o il marmo che letteralmente si "imbevono" di luce, o le invisibili pellicole che tramutano il loro stato da opaco a trasparente. L'innovazione nel campo della luce ambiente non è mai stata così ricca ed affascinante. La passione dei titolari e dei tecnici di Elshine è l'elemento chiave che li rende unici ed in grado di seguire il progettista nello sviluppo del prodotto personalizzato, fino alla posa in opera, piegando la tecnologia alla creatività del committente. Elshine è una giovane e dinamica azienda nata nel campo

Elshine, Espositore DVD luxciting  
- vetrina - libreria luxciting. |  
Elshine, DVD luxciting - Library  
luxciting.

Elshine, Tavolo Elica luxciting. |  
Elshine, Elica luxciting table.



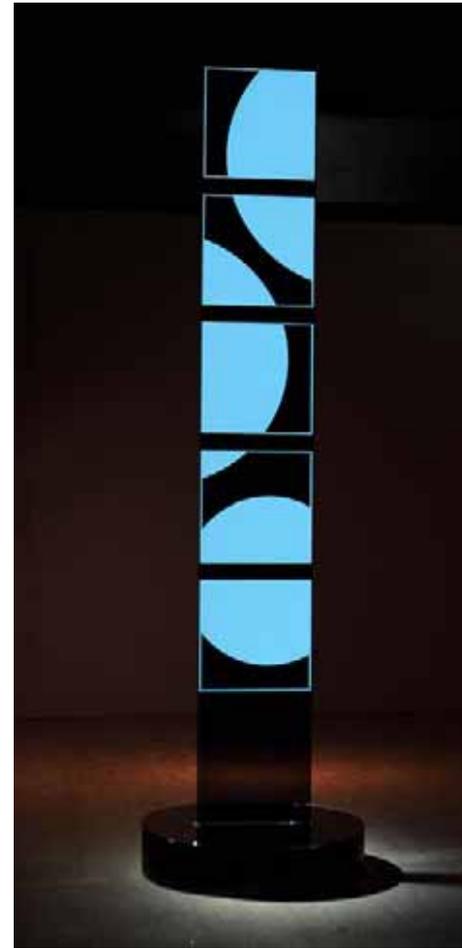
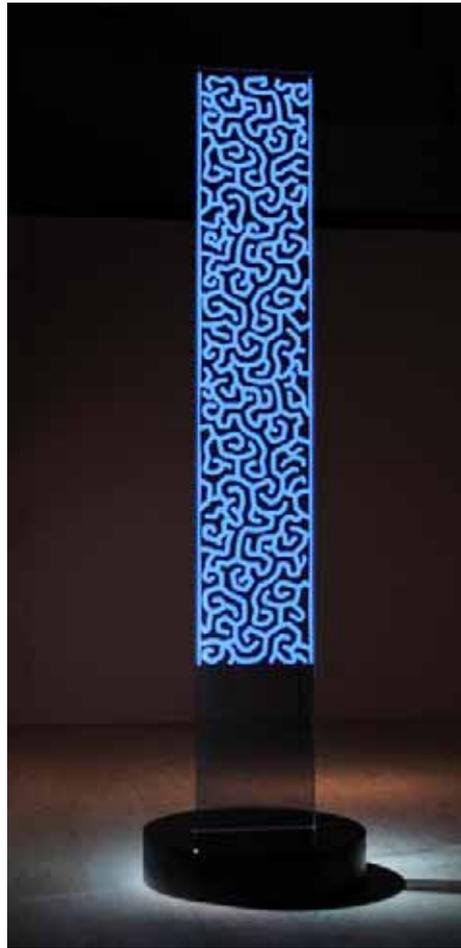
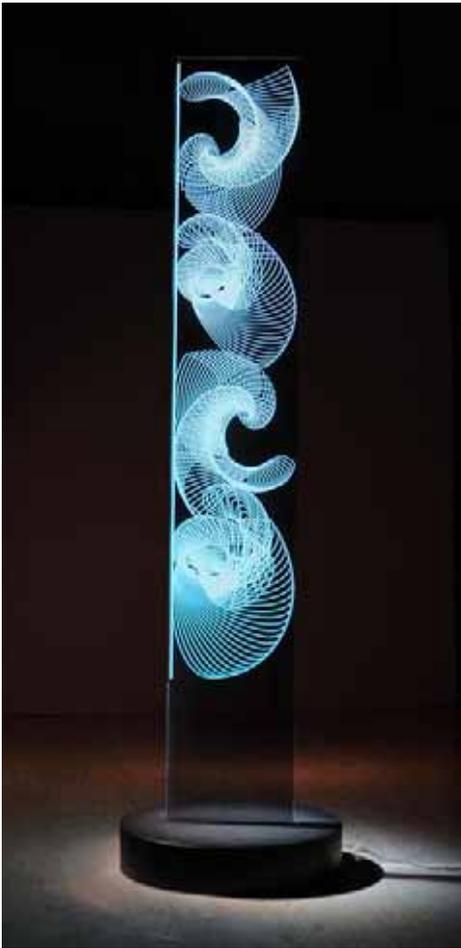
della produzione di pellicole luminose elettro-pilotate e sviluppatasi con dei prodotti altamente innovativi per tecnologia ed impiego. Le strisce Stripe sono estremamente sottili (da 0,2 a 0,5 mm): una pelle flessibile e versatile, leggerissima, all'occorrenza autoadesiva per poter essere applicata facilmente sulle superfici curve. L'emissione luminosa è data dall'elettrostimolazione in corrente alternata di fosfori micro incapsulati e sigillati tra due strati di materiale conduttivo, il tutto laminato con del poliestere flessibile e cristallino, per assicurarne la coesione e la protezione da agenti esterni. I fosfori, eccitati dall'alta frequenza di alimentazione, emettono fotoni percepiti dall'occhio umano come radiazioni luminose. Si ottiene così una luce perfettamente omogenea lungo tutta la superficie della pellicola, indipendentemente dalla sua estensione. Inizialmente impiegate in ambito industriale principalmente per le segnalazioni di sicurezza in ambiente di lavoro, le Lighting Stripes hanno trovato numerose applicazioni nel campo della scenografia teatrale e cinematografica, fino ad approdare alle sorprendenti sperimentazioni nel campo dell'arredo di interni. Si può scoprire che il marmo ha una insospettabile anima notturna se retroilluminato tramite una Lighting Stripe, e che la sera la libreria si accende di mille arabeschi e decorazioni. Ogni mobile adesso presta un duplice volto alle variazioni decorative notte/giorno che, come per le collezioni tessili, possono rinnovarsi ad ogni stagione. Anche il vetro è stato oggetto di rivisitazione ed innovazione: il Led Glass incorpora una serie di piccole sorgenti luminose puntiformi, pressoché invisibili quando spente e cablate tramite un innovativo sistema di campi elettrici invisibile ad occhio nudo. La suggestione della luce entra discretamente dentro il materiale, come un'anima brillante. La logica evoluzione tecnica del Led Glass trova la sua massima espressione nei nuovi Video-Led messi a punto dalla Elshine, con valori di luminanza davvero sorprendenti e pilotati da un software sviluppato per semplificarne l'usabilità da parte dell'utente: non sono più necessarie le tradizionali centraline di conversione del segnale video ma è sufficiente collegare la sorgente direttamente al pannello. La sperimentazione sui materiali trasparenti si arricchisce dello Switch Glass, una sottile pellicola in grado di variare la sua trasmittanza a seguito del passaggio di corrente: da "spento" è opaco lattescente, "acceso", invece, è perfettamente trasparente. La parete opaca muta il suo stato rivelando o modificando la spazialità, con una semplicità finora inedita nel campo dell'arredo. Lo Switch Glass può essere anche utilizzato come superficie trasparente per delle proiezioni, restituendo la sensazione di essere davanti ad un ologramma. Infinite le possibilità di decorazione ed effetti luminosi ottenibili con queste tecnologie, così come dimostrato dal fondamentale apporto creativo del designer Ely Rozenberg, che ha sviluppato per Elshine le emozionanti serie LUXCITING, presentate al Salone del Mobile di Milano nel 2007 e nel 2009 a Francoforte nell'ambito della fiera Ambiente 2009. Una collezione di pezzi, lampade e complementi d'arredo, che si offre al pubblico come una scenografia magica, dove la decorazione luminosa si innesta intimamente, ed in modo assolutamente unico, a mobili in vetro, caratterizzati da una filosofia del design in cui stile e tecnologia si uniscono in maniera delicata, invisibile, creando effetti cinematografici che catturano anche lo sguardo più distratto. Mobili luminosi e

Elshine, Tavolo Scudo luxciting. |  
*Elshine, Scudo luxciting table.*

Elshine, dettaglio Tavolo ragno  
luxciting. | *Elshine, ragno luxciting  
table's detail.*



lampade da ambiente con superfici in vetro che letteralmente cambiano luce di giorno o di notte quando si accendono di motivi geometrici, naturali, fiabeschi. La tecnologia impiegata permette di modularizzare la superficie elettro-pilotata, non si tratta più di schermi piatti con mascherine applicate che creano motivi, bensì di luce stampata nel materiale vetroso. Un perfetto esempio di uniche opere d'arte ma riproducibili in serie. La sperimentazione introdotta da LUXCITING è solo l'inizio di un nuovo modo di concepire il vetro e la luce. Spostandosi dall'arredamento all'urbanistica contemporanea non è difficile immaginare non solo i luoghi di lavoro e di abitazione ma l'intera città come nuovo scenario fatto di cristallini grattacieli di vetro, raccontati da preziosi ricami di luce.



Rome and its surrounding area are not a place that usually springs to mind when using the terms 'research and innovation' in the design or technology sector. However, ELSHINE is one of those exceptions that prove the rule, which makes one reconsider the reality of industries operating around the capital that combine new opportunities with imagination and creative risk-taking, the historic and successful motifs of Italian design. Elshine began as a company specialised in toll manufacturing of electro-piloted luminous film, traditionally used exclusively in industrial environments for luminous signage and as decoration in exhibition displays. It developed this technology through Lighting Stripes and Magic Tape, which crossed over the environments for which it was created and made a strong impact on the field of interior design.

The company produces diaphanous, luminous film that animates striking graphics or traditional materials like glass or marble, which literally 'drink in' light, or invisible film that changes from opaque to transparent. Innovation, in the field of room lighting, has never been so rich and fascinating!

The dedication of the owners and technicians at Elshine is the key element that makes them unique and able to accompany designers or planners in developing a customised work and installing it, putting technology at the disposal of the client's creativity.

ELSHINE is a young, dynamic company which began in the field electro-piloted luminous film and developed highly innovative products in terms of technology and use. Its Stripes are extremely thin (from 0.2 to 0.5 mm): a versatile, flexible film that is very light and can be self-adhesive for easy application on curved surfaces. Light is emitted by micro encapsulated phosphorus, electrostimulated with alternating current, sealed between two layers of conducting material. This is laminated with flexible, crystalline polyester, to ensure cohesion and protection from atmospheric agents.

Elshine, Totem Luxciting.

Elshine, Magic Type, pellicola elettropilotata. | Elshine, electro drive films light emitting.

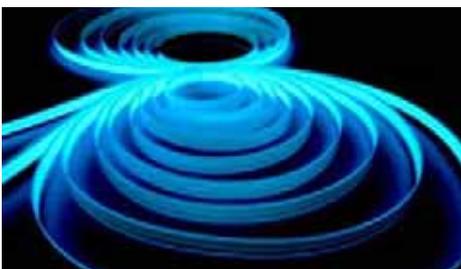
*The phosphorous is stimulated by the high frequency power and emits photons that are perceived as light by the human eye. It produces a perfectly homogenous light along the whole surface of the film, regardless of its length.*

*Lighting Stripes were initially used in industrial environments for safety signage in the workplace, but now have a wide range of applications in theatre and film, and are used with surprising effect in experimental interior design. Marble has a totally unexpected night-time personality when backlit using Lighting Stripes and a bookshelf can light up with a thousand arabesques and decorations each evening. Every piece of furniture now has a dual face with night/daytime decorative variations and, as with textile collections, appears in new forms each season.*

*Glass has also been the subject of reinterpretation and innovation. LED Glass incorporates a series of tiny light bulbs that are almost invisible when switched off and cabled using an innovative system of electric fields that are invisible to the naked eye. The lighting effect discretely penetrates the material, like a brilliant heart.*

*The logical technical development in which LED Glass finds its top expression is in the new LED-Video designed by Elshine, which produces truly surprising lighting effects and is powered by software developed to make life easier for the user. It no longer needs a traditional control box to convert the video signal, as the light source is connected directly to the panel. Switch Glass is a further development in experiments on transparent materials. This is a thin film whose transmittance varies with electrical current: when 'off' it has a milky, opaque effect and when 'on' it becomes perfectly transparent. An opaque walls changes to reveal or modify a space, with a simplicity that is completely revolutionary in the interior design field.*

*Switch Glass can also be used as a transparent surface for projections, creating the sensation of a hologram. This technology offers countless possibilities to decorate and create lighting effects, as shown by the vital creative contribution of designer Ely Rozenberg, who developed the wonderful LUXCITING range for Elshine, presented at Milan's International Furniture Fair in 2007 and in Frankfurt at the Ambiente 2009 trade fair. This is a collection of furniture, objects and lights that appears to the public as magical scenery, where luminous decoration combines inextricably and in a totally unique way with glass furniture. It features a design philosophy in which style and technology blend in a delicate, invisible manner to produce filmic effects that even capture the attention of the most self-absorbed onlooker. Luminous furniture and mood lighting with glass surfaces literally change their appearance by night or day, when they are lit up with geometric, natural or fantastic motifs that create light embroidery. The technology used allows the electro-piloted surfaces to be modulated. This is no longer flat screens with applied masks that create motifs, but light printed onto glass material: a perfect example of unique works of art that can also be mass produced. The experimentation introduced with LUXCITING is only the start of a new concept in glass and light. Shifting from interior to urban design, it is not difficult to imagine not only work spaces and homes, but also a whole city as a new backdrop made of crystalline skyscrapers interpreted with fine light embroidery.*





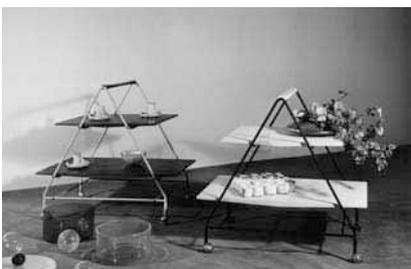
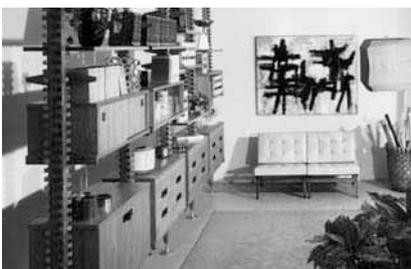
## Nicoletta Cardano

### MIM Eccellenza e avanguardia nel furniture design a Roma tra la fine degli anni '50 e gli anni '60 | Excellence and the avant-garde in furniture design in Rome between the late Fifties and the Sixties

Bruno Munari, rielaborazione del marchio MIM (1959) realizzata per l'agenda dell'azienda del 1984. | *Bruno Munari, reworking the MIM brand (1959) made for the agenda of the company in 1984.*

La produzione dei mobili MIM disegnata da Ico Parisi e presentata nel negozio di Largo dei Lombardi, 1958-59. Dall'alto in basso si riconoscono: Attaccapanni *Formia*, anta rotante in teak e gancini in tondino di metallo; Tavolino *Limonta*, tavolo sedile rotondo in legno di teak con cuscino in panno; Tavolini *Tivoli* in palissandro; Libreria *Lerici* (alla parete un dipinto di Achille Perilli); Scrivania *Terni* (alla parete un dipinto di Achille Perilli); Carrelli in noce con sostegno in ferro laccato. | *The production of MIM furniture designed by Ico Parisi were presented in Largo dei Lombardi shop, 1958-59. From top to bottom are recognized: Formia coat, rotating door in teak and metal brads rod; Limonta table, round-seat table teak with cloth cushion; Tivoli rosewood tables; Lerici library (on the wall a painting by Achille Perilli) Terni desk (on the wall a painting by Achille Perilli); Trolleys walnut with support in lacquered iron.*

Come ben si sa la storia è la conoscenza parziale di un "intero", il risultato della preponderanza di informazioni su una serie di mancanze, di vuoti, di episodi che restano nell'ombra. Tra i vuoti che costituiscono la storia del design italiano e in particolare delle vicende romane, la attività della MIM (mobili italiani moderni) rappresenta un caso sorprendente, per il carattere di eccellenza e al tempo stesso per la scarsa attenzione finora dedicata a questo episodio. Nel 1957 i fratelli Fazioli, in particolare Ennio, Virgilio e Marcello, danno avvio di una impresa di progettazione, costruzione e vendita di arredi per la casa e per l'ufficio, che in pochi anni diventerà un punto di riferimento per il design e la cultura a Roma, espandendosi su scala nazionale. L'anno successivo viene inaugurato un elegante negozio in Largo dei Lombardi dove è esposta la neonata produzione MIM. Protagonisti della nuova impresa sono oltre ad Ico Parisi, direttore artistico dell'azienda, sua moglie Luisa ed altre personalità coinvolte dallo stesso Parisi come Ponti, Munari, De Carli, Frattini. La sistemazione dei mobili nei due piani del negozio è arricchita con opere di artisti tra cui Novelli e Fontana. All'esperienza di Parisi e alla sua autonomia di pensiero fuori dai convenzionali schemi professionali dell'architettura si deve l'avvio di un piano di lavoro e di impresa che, al di là dell'innovazione della produzione del mobile, intende sviluppare una nuova idea di progettazione coniugata all'integrazione delle arti, in un rapporto diverso tra architettura e arti visive. Lo stabilimento della MIM è un capannone industriale sull'Aurelia di poche centinaia di metri quadri, dove lavorano giovani operai che si formano grazie alle sperimentazioni dell'azienda. Virgilio, Marcello ed Ennio, che diverrà in breve amministratore delegato dell'impresa, hanno alle spalle l'esperienza artigiano-industriale del nonno materno, costruttore di botti di castagno nel paese laziale di Canepina e quella del laboratorio di falegnameria del padre. Sono dotati di una notevole capacità creativa e costruttiva, e di una operosità incessante, mossa da quel dinamismo e voglia di innovazione tipici dei giovani nell'Italia della ricostruzione. La sfida è quella di progettare e realizzare mobili moderni calando caratteristiche e logica di funzionalità nel gusto italiano e mantenendo attive le antiche tradizioni costruttive. La filosofia dell'azienda è ispirata dalla convinzione che lavorare per il mobile sia un modo di operare per il benessere e il miglioramento della comunità, promuovendo sperimentazione e alta qualità, di tecnologie e materiali, con una progettazione che coinvolge architetti, professionisti, l'ufficio tecnico MIM, gli operai. La produzione caratterizzata dall'uso di legni pregiati e da elementi metallici, conta pezzi di successo come quelli disegnati da Parisi (tra gli altri il tavolino allungabile Rio o quello tondo Limonta, il sistema Urlo per soggiorno, ad elementi componibili con montanti in ferro, la libreria Lerici, tutta in legno e con elementi smontabili), la sedia di Renato Venturi e le poltrone di Giuseppe Zammerini. Nel 1959 Munari realizza il marchio che contraddistinguerà l'attività dell'industria, già in via di ampliamento con negozi a Napoli e Bologna. La presenza di Leonardo Sinisgalli, con cui Ennio Fazioli entra in contatto nel 1962, determina per l'azienda una fase significativa per la realizzazione di programmi di diffusione diretti ad architetti, professionisti e ad un pubblico borghese colto. Si tratta di iniziative che partendo da temi legati alla produzione si allargano ad argomenti culturali di interesse generale e di attualità, nella convinzione



che l'attività imprenditoriale non possa prescindere dalla partecipazione diretta ad un processo educativo e di trasformazione della società. Oltre alle iniziative di particolare interesse nell'ambito dell'architettura e dell'editoria, come l'organizzazione di mostre e la pubblicazione dei quaderni della MIM, uno dei quali dedicato a Bruno Munari, il progetto di promozione culturale trova la sua principale realizzazione nella edizione, dal 1964 al 1966, della rivista fondata e diretta da Sinisgalli "La botte e il violino. Repertorio di design e di disegno". Nel periodico, che prosegue le precedenti esperienze di Sinisgalli per le riviste "Pirelli" e "Civiltà delle Macchine", si intersecano e si confrontano temi letterari, artistici, architettonici, di critica e teoria, cronaca culturale e storia, nello sforzo di favorire un'estetica nuova in accordo con l'evoluzione della modernità e della cultura tecnologico industriale. Lo scopo, già nella scelta del titolo, è quello di rifuggire da schemi e programmi astratti, richiamando piuttosto l'attenzione sugli aspetti culturali trasversali e non sempre evidenti della cultura nel suo complesso; i temi di indagine vengono precisati nell' "uomo e la casa, l'uomo e la città, l'uomo e il suo habitat". "(...) Un buon mobiliere - scrive Sinisgalli nel Furor Mathematicus - non fa mai uso di chiodi. (...) In un violino, in una botte non c'è chiodo. L'essenza del mobile è quella del violino e della botte." La rivista, che si presenta con una veste editoriale particolarmente raffinata, conta tra i collaboratori Argan, Battisti, Menna, Praz, Assunto, e i più giovani Portoghesi e Fagiolo. Ospita anche articoli e fotografie pubblicitarie della MIM, documenta le collaborazioni con Carlo Scarpa e con Vittorio Gregotti per prototipi di sedie, illustra nuove produzioni come la poltrona da ufficio Parioli o l'armadio Farnese per il quale si presta come testimonial il pittore Franco Gentilini. La felice combinazione tra produzione, comunicazione e promozione culturale si rivela nel secondo numero del 1964, quando vengono ritratti sulla poltrona Vignola, realizzata in scocca di plastica rinforzata con fibra di vetro su disegno di Luigi Pellegrin, i membri del Gruppo '63. L'avanguardia romana in poltrona, indica il titolo rimandando ad una tripla pagina piegata a soffietto con i ritratti di Balestrini, Pagliarani, Guglielmi, Giuliani, Rosselli, Lombardi, Perilli, Novelli e Vasio, seduti sulla poltrona Vignola "ad alto grado di componibilità". Il nuovo negozio MIM in piazza Augusto Imperatore - realizzato nel 1964 da Luigi Pellegrin, che dagli anni Sessanta è nel team degli architetti collaboratori - diventerà grazie a Sinisgalli un punto di aggregazione per architetti, artisti, scrittori, critici, intellettuali da Zevi a Portoghesi, Ungaretti, De Libero, Gentilini, Capogrossi, Perilli, Campigli, André Bloc, Argan, Bucarelli e altri che si incontrano in occasioni di presentazioni di libri, conferenze, mostre. Dalla metà degli anni Sessanta la MIM apre una sede a Milano, in altre città italiane e successivamente a Bruxelles; amplia in maniera considerevole la sua attività con l'acquisizione di due nuovi stabilimenti, uno per il legno a Sacile, in Friuli, l'altro per la lavorazione del metallo a Torino. La produzione si orienta verso l'arredo d'ufficio, mantenendo la consuetudine di collaborazioni con architetti e designer, tra i quali Zanuso, Mendini e Sottsass. Nei negozi di Milano e di Roma sarà realizzata tra l'altro in occasione della presentazione del sistema di arredi Eulero di studio Alchimia nel 1982 la performance Robot sentimentale di Alessandro Mendini. Lo stabilimento di Roma chiuderà nel 1985 e la produzione proseguirà nella fabbrica di Sacile.



*It is well established that history is partial knowledge of a 'whole': the result of the preponderance of information on a number of voids, gaps and episodes that remain obscure. Among the gaps that make up the history of Italian design and in particular that of the happenings in Rome, the work of MIM ('Mobili Italiani Moderni' – 'Modern Italian Furniture') is full of surprises both due to its excellence and to the lack of attention it has received thus far. In 1957, the Fazioli brothers Ennio, Virgilio and Marcello started up a home and office furniture design, manufacturing and sales company. In just a few years, it would go on to become a design and cultural beacon in Rome and expand throughout the rest of the country. In 1958, a stylish shop displaying the new MIM products was opened on Largo dei Lombardi. The leading players in the new enterprise were Ico Parisi (the company's art director), his wife Luisa and other figures that Parisi brought on board, such as De Carli, Frattini, Ponti and Munari. The furniture on show on the two floors of the shop was interspersed with the works of artists like Novelli and Fontana. Parisi's undertaking and his independent thinking that went beyond the conventional professional norms of architecture were behind the launch of a working and business plan that not only aimed to innovate in furniture production, but also to develop a new approach to design combined with the arts, in a different relationship between architecture and the visual arts.*

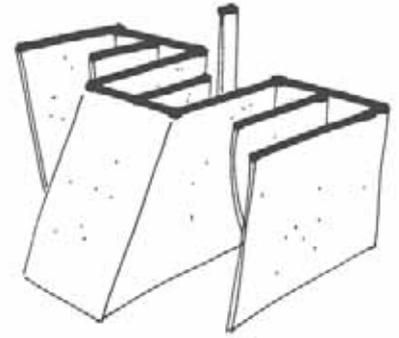
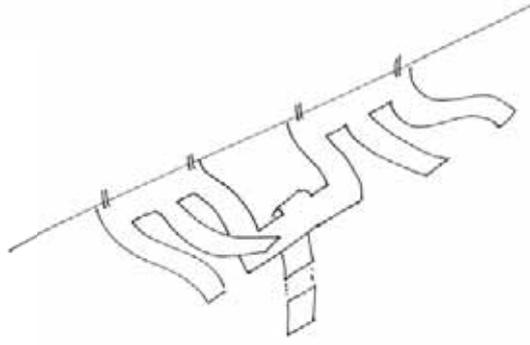
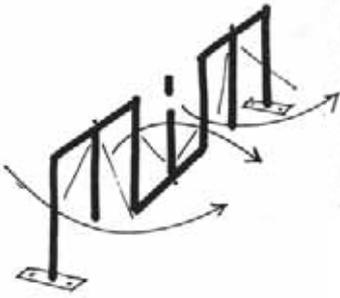
*The MIM plant was an industrial shed of a few hundred square metres on Via Aurelia. It employed young workers who learnt their trade thanks to the company's experimentation. Virgilio, Marcello and Ennio (who would soon become the managing director of the firm) were backed by the craftsmanship and industrial experience of their maternal grandfather, who made chestnut barrels in the Lazio town of Canepina, and that of their father in his joinery workshop. They showed remarkable creative ability and unceasing industriousness, driven by the dynamism and desire for innovation typical of young Italians in the reconstruction period. The challenge was to design and produce modern furniture by introducing functional characteristics and thinking into Italian taste and keeping alive ancient construction traditions. The company philosophy was based on the conviction that working on furniture is a way of contributing to the wellbeing and improvement of the community. The firm promoted experimentation and high quality in technology and materials, with design involving architects, professional figures, the MIM technical office and the workers. The output featured the use of fine wood and metal elements. It included successful pieces like those designed by Parisi (such as the Rio small extendible table and the round Limonta one, the Urio living room suite with modular elements and metal uprights, and the Lericci bookcase, which was entirely made of wood and had removable elements), the chair by Renato Venturi and the armchairs by Giuseppe Zammerini. In 1959 Munari created the trademark for the business, which had already expanded by opening shops in Naples and Bologna.*

*A fortuitous encounter between Leonardo Sinisgalli and Ennio Fazioli in 1962 led to an important phase for the company, with the creation of promotion campaigns targeting architects, people in the trade and a cultured, middle-class customer base. These initiatives started off with issues linked to production and branched off into topical,*

Bruno Munari, disegni di rielaborazione del marchio MIM (1959) realizzati per l'agenda dell'azienda del 1984. | *Bruno Munari, designs by reworking the MIM brand (1959) made for the agenda of the company in 1984.*

Scrivania Terni, Ico Parisi. | *Terni desk, Ico Parisi.*

Dall'alto in basso:  
 Sedia in compensato curvato e cuoio, Ufficio tecnico MIM- Ennio Fazioli, anni settanta.  
 Poltrona Vignola, Luigi Pellegrin, scocca in poliestere rinforzato, 1964.  
 Sedia in legno con schienale in compensato curvato, imbottitura in cuoio e piuma, Giuseppe Zammerini, 1962.  
 Sedia in teak o palissandro, Renato Venturi, 1959. |  
 From top to bottom:  
 Bent plywood and leather chair, Technical Office MIM-Ennio Fazioli, seventies.  
 Vignola Armchair, Luigi Pellegrin, reinforced polyester shell, 1964.  
 Wooden chair with back bent plywood, upholstered in leather and feathers, Joseph Zammerini, 1962.  
 Chair in teak or rosewood, Renato Venturi, 1959.



general interest cultural matters, due to the belief that business activities cannot neglect to play a direct part in the education process and the transformation of society. In addition to the initiatives of particular interest in architecture and publishing – such as the organization of exhibitions and the publication of MIM studies, one of which was on Bruno Munari – the main output of the cultural promotion project was the 'La botte e il violino. Repertorio di design e di disegno' ('The barrel and the violin. Design collection') magazine. Founded and edited by Sinisgalli, it was published from 1964 to 1966 and took forward the work he had previously done for the 'Pirelli' and 'Civiltà delle Macchine' magazines. He interweaved and contrasted literature, art, architecture, criticism, theory, cultural news and history, in an attempt to promote a new look in keeping with the evolution of modernity and the technological industrial culture. The aim was already made clear by the title and involved a quest to reject abstract models and programmes in favour of calling attention to transverse cultural aspects that are not always evident in culture as a whole. The topics to be examined were 'man and the home', 'man and the city', and 'man and his habitat'. '(...) A good furniture maker,' wrote Sinisgalli in *Furor Mathematicus*, 'never uses nails. (...) In violins and barrels there are no nails. The essence of furniture is that of violins and barrels.' The magazine had a particularly refined editorial format and counted Argan, Battisti, Menna, Praz and Assunto among its contributors, as well as the younger Portoghesi and Fagiolo. It also contained articles and photographs advertising MIM, described the work with Carlo Scarpa and Vittorio Gregotti on prototypes for chairs, and presented new products such as the Parioli office chair and the Farnese wardrobe, which was endorsed by the painter Franco Gentilini. The successful union of manufacturing, communication and cultural promotion was demonstrated in the second issue of 1964, when the members of Gruppo '63 were pictured sitting on the Vignola armchair, which was designed by Luigi Pellegrin and had a glass-reinforced plastic shell. The Roman avant-garde take a seat was the title of the three-page fold-out with pictures of Balestrini, Pagliarani, Guglielmi, Giuliani, Rosselli, Lombardi, Perilli, Novelli and Vasio sitting on the 'highly modular' Vignola armchair. A new MIM store was created on Piazza Augusto Imperatore in 1964 by Luigi Pellegrin, who joined the team of contributing architects in the Sixties. Thanks to Sinisgalli, it became a haunt of architects, artists, writers, critics and intellectuals. Zevi, Portoghesi, Ungaretti, De Libero, Gentilini, Capogrossi, Perilli, Campigli, André Bloc, Argan, Bucarelli and others would meet up there for book presentations, conferences and exhibitions. From the mid 1960s, MIM began an expansion process. It opened premises in Milan, then in other Italian cities and subsequently in Brussels. It significantly broadened its business with the acquisition of two new plants: one for wood in Sacile, Friuli, and the other for metalworking in Turin. Production was focused on office furniture and the company kept up the habit of working with architects and designers, including Zanuso, Mendini and Sottsass. One of the events hosted by the Milan and Rome stores was the *Robot sentimentale* performance by Alessandro Mendini, which took place in 1982 during the presentation of the Eulero furniture range by Studio Alchimia.

The Rome factory will close in 1985 and its production continued in the factory Sacile.



**Up \_ dissuasore di traffico vivo | living traffic bollard**

Ivo Caruso

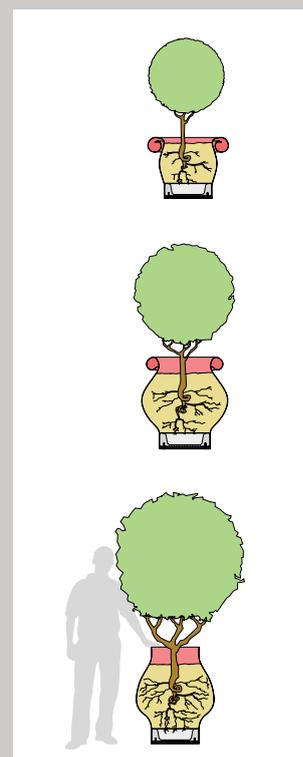
Progetto sperimentale | *Experimental project*

Dissuasore di traffico vivo, integrato con la natura, diversificato e sostenibile.

Il dissuasore di traffico urbano è composto da un corpo rigido verticale ed un sistema di fissaggio a terra. L'idea di UP parte dal voler eliminare uno di questi elementi (quello verticale) per sostituirlo con un elemento vegetale vivo. UP, privo della pianta non ha funzione, con la pianta acquista rigidità, è capace di evolvere, di crescere in estetica e performance, di diversificarsi, di creare aree verdi anche in zone cittadine non piantumabili, di aprire e chiudere al traffico vie cittadine.

*A living traffic bollard that is integrated with nature, diversified and sustainable.*

*Urban traffic bollards consist of a rigid vertical body and a system for attachment to the ground. The UP concept is based on the idea of removing one of these elements (the vertical one) and replacing it with a living plant. Without this plant, UP serves no purpose. With it, it becomes rigid, is capable of evolving, growing in terms of aesthetics and performance, diversifying, creating green areas even in urban zones where vegetation cannot be planted, and opening or closing city streets to traffic.*





### Copernico was right \_ illuminazione | lighting system

Silvia Sabia

Progetto sperimentale | *Experimental project*

Il progetto di illuminazione pubblica Copernico was right è il risultato di una sperimentazione materica, un'innovazione tecnologica ed una forte ispirazione formale. I sostegni verticali sono realizzati in OLF, materiale capace di trasmettere la luce evitando cali di intensità. L'oggetto centrale del sistema, l'unico elettrificato e dotato di proiettore luminoso, è munito di un diffusore capace di dividere il fascio luminoso e dirizzarlo per collimazione verso i lampioni/satellite. Questi ultimi, grazie all'utilizzo del medesimo materiale, diffondono la luce mediante superfici appositamente studiate. Lo stile del sistema è ispirato dal progetto No-Stop-City di Andrea Branzi.

*The 'Copernico was right' public lighting project is the result of experimentation with materials, technological innovation and great formal inspiration. The vertical supports are made of OLF, which distributes light without any loss in intensity. The central item in the system, which is the only part that is electrified and fitted with a light projector, is equipped with a diffuser that separates the beam of light and – through collimation – directs it towards the street lamps/satellites. The same material is used in the latter elements, allowing the light to be diffused with specially designed surfaces. The system is inspired by Andrea Branzi's No-Stop-City project.*



### LighTable\_tavolo | table

Rosaria Copeta

Progetto sperimentale | *Experimental project*

Volumi ridotti e linee essenziali caratterizzano "LighTable", composto da un sottilissimo piano in melamminico o laminato ed esili gambe in metallo verniciato. La gamba dalla forma ellittica si assottiglia verso il basso diventando un tubolare circolare che si congiunge all'estremità opposta in modo fluido. Una presenza "silenziosa" ridotta al minimo, capace di integrarsi con diversi stili d'arredo e di inserirsi con semplicità anche al fianco di arredi dalla forte valenza espressiva. Un oggetto "neutrale" progettato con l'intento di ristabilire nell'arredamento il giusto equilibrio per un'armonia compositiva.

*Reduced volumes and minimal lines characterise the lighTable. The table consists of a work surface in melamine or laminate combined with slender coloured metal legs. A silent 'presence' that integrates perfectly with spaces of all types and styles. Subtle and understated, the lighTable's rigorous simplicity allows it to coexist perfectly with more decisive and strident pieces. A neutral piece which adds a sense of composition and harmony to the spaces it furnishes.*