PAMBIANCO

DESIGN

NUMERI, FATTI E PROTAGONISTI DELLA CASA E DEL DESIGN

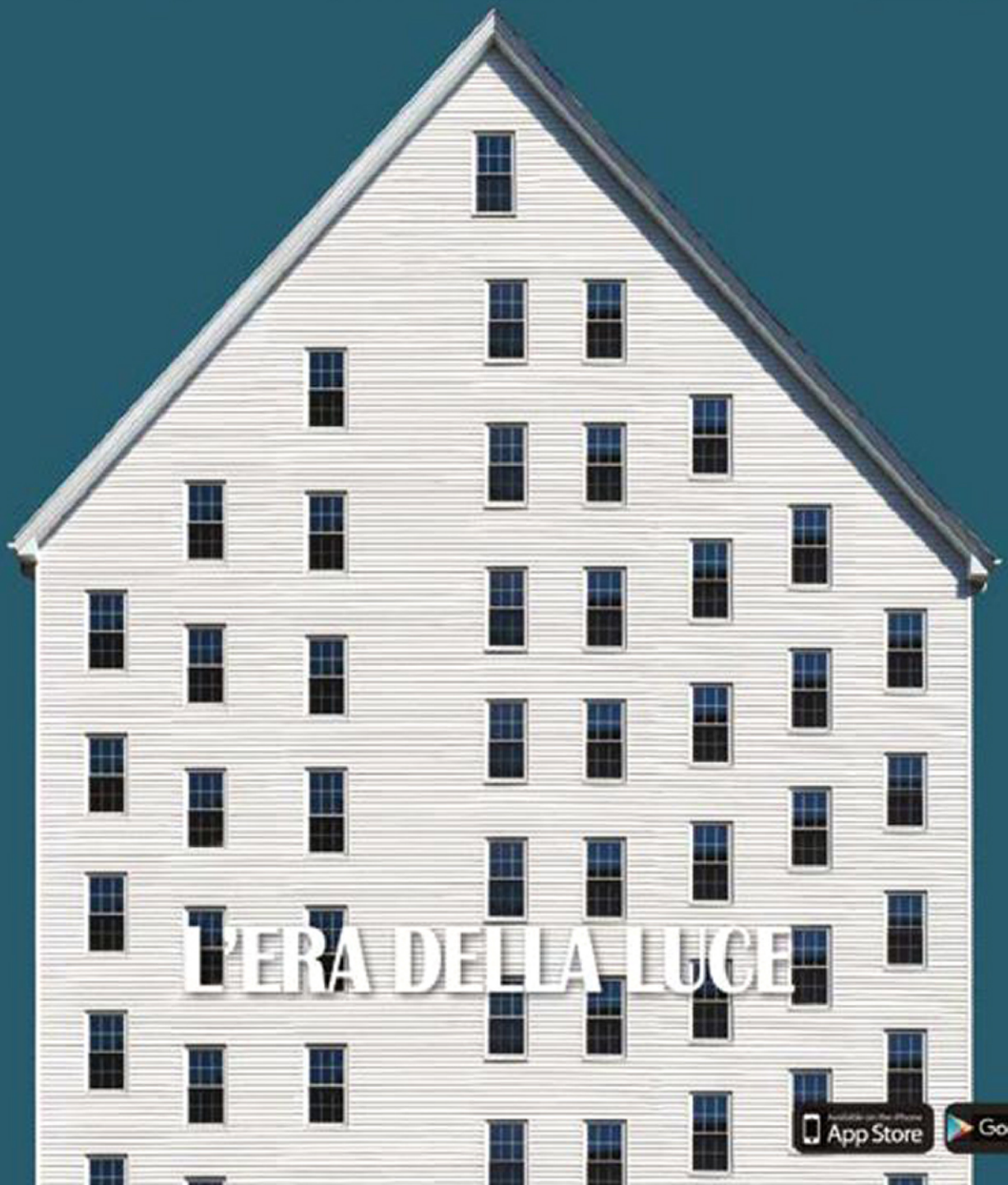
DOSSIER Si accendono le M&A

SPECIALE MERCATI / USA Negli Usa con la filiale

INTERVISTA ESCLUSIVA Barber e Osgerby

STRATEGIA Ingo Maurer, il Maestro della luce

Poste Italiane - In caso di mancato recapito inviare al CMP di Rosano per la restituzione al mittente previo pagamento resi ANNO IX - N°2 APRILE/MAGGIO 2019 5 EURO



L'ERA DELLA LUCE

COVER BY ERIC RANDALL MORRIS

App Store Google Play

Visionnaire, poetico quotidiano

di *Paola Cassola*

Immaginate di guardarvi intorno ed essere trasportati in un mondo immaginifico, colorato, prezioso, permeato da idee, culture ed esperienze diverse, provenienti da ogni parte del globo, da forme artistiche e culturali che spaziano dalla letteratura fino alla storia. Immaginate di vedere oltre l'aspetto delle cose, attraverso uno sguardo interpretativo, tanto innato ed inevitabile quanto inusuale, perché non segue i sentieri già praticati all'interno dei 'confini ammissibili' del senso comune. In questo stato di estasi cosciente, attraversati da emozioni forti e incoraggianti, date sfogo al vostro slancio creativo apportando, però, tutte le conoscenze e competenze di una pluridecennale esperienza sviluppata a contatto con creativi internazionali e artigiani specializzati, accomunati dalla stessa passione: il design. Solo così potrete capire cosa significa 'processo creativo' per Visionnaire, brand che quest'anno compie 15 anni dalla nascita, ma che è forte dell'esperienza dei 60 anni della società 'madre' IPE, fondata nel 1959 dai fratelli Carlo, Pompeo e Vittorio Cavalli. Solo così potrete provare almeno a intuire quanto amore, dedizione, coinvolgimento e lucida ricerca ci siano dietro ad ogni singolo pezzo firmato dal brand: una proposta straordinaria di oggetti funzionali, ergonomici e confortevoli che, attraverso materiali sperimentali, creeranno affinità elettive ed affettive con i fruitori. Tutto nel nome di una ricerca dell'armonia con l'ambiente, unica via per il raggiungimento di uno stato di benessere. Può sembrare astratta filosofia, ma non lo è. Visionnaire è riuscito, infatti, a tradurla in realtà, lavorando a modo suo, con la sua ecletticità, una materia ben definita. Così come definito è il mondo valoriale in cui l'azienda si muove e che ha voluto condividere pubblicando un vero e proprio Decalogo, un libro-manifesto, in serie limitata, che narra le radici storiche del marchio, ne verifica l'attuale identità e traccia le traiettorie del suo ambizioso futuro, curato da Barbara Brondi & Marco Rainò, con il lavoro fotografico di Delfino Sisto Legnani e i contributi critici di Felix Burrichter, Leon Sun e Natalia Timascheva.Dieci e interconnessi sono i fondamenti di tutto l'operato del brand: *Cultura, Natura, Progetto, Oggetto Esperienza, Contaminazione, Unicità, Ingegno, Lusso e Visione*. 'Dialogo' è forse la più rappresentativa

Sopra, il letto Ca' Foscari che si contraddistingue per la sua testata con scocca esterna rigida ed interno imbottito, con sagome generose nelle curve. La testiera si arricchisce con un ricamo che crea una rappresentazione grafica di natura giapponese. Letto e comodini sono caratterizzati da basamenti in acciaio che alternano riflessi concavi e convessi, la tappezzeria in pelle esalta il design assecondando i volumi arrotondati.
In apertura, scatto di Delfino Sisto Legnani per la mostra 'Decalogo' ispirato al valore del Progetto

Sopra, lampada a sospensione Firenze che fa parte della trilogia 'Firenze, Milano, Roma', famiglie di corpi illuminanti disegnate da Armando Bruno e Alberto Torres. Ispirati al lavoro della Taschen intitolato "Gli ingressi di Milano", dal quale si evince la presenza di un marmo coloratissimo in tutti gli ingressi in città, i prodotti interpretano in modo non convenzionale pavimenti e pareti riporandoli in una dimensione aerea. I tre nomi derivano dal fatto che alcuni marmi presenti a Milano arrivino da altre città dove sono molto utilizzati, come Firenze e Roma.
Sotto, Marty di Marco Piva è un tavolo che gioca su inusuali valori estetici creati da forme e composizioni definite dal contrasto tra materiali profondamente diversi: quelli naturali – le pietre - contrapposti a quelli artificiali- il vetro e i metalli. Architettura di una città ridotta in scala in 'formato oggetto' che ricorda due grattacieli, uno completamente rivestito di metallo e l'altro completamente rivestito di marmo, sui quali poggia il top in cristallo spessorato tagliato che permette di toccare i 'roof' dei grattacieli in miniatura. Visione su piani diversi tipica visione dell'urbanismo

parola di tutta la filosofia di Visionnaire che fa da fil rouge tra tutti i valori in cui l'azienda crede e che sta ad identificare, in primis, l'incontro tra la creatività e la maestria artigiana dei distretti produttivi italiani, delle cui specializzazioni Visionnaire fa tesoro in nome del concetto di 'fabbrica diffusa' ampiamente raccontato nell'excursus sull'*Esperienza*, all'interno del Decalogo. Un incontro che è scambio *Culturale* laddove ciascun progetto diventa un'occasione per imparare, per individuare intuizioni originarie dalle quali partire per andare oltre. Il dialogo si fa poi intimo e domestico tra fruitori e arredi che, solo dall'instaurarsi di un rapporto affettivo, potranno trasformarsi nel concetto caldo e accogliente di 'casa', immaginari intangibili che si fanno *Oggetti* tangibili, mai isolati, sebbene *Unici* (una singolarità ripetibile in ogni prodotto perché conserva in ognuno la stessa carica di qualità e valore), ma vettori di senso coerenti con lo spazio, in nome dell'urbanismo e dell'attenzione all'impatto del *Progetto* su ciò che vi gravita attorno, investito dunque di una responsabilità morale perché dalla sua qualità dipende la qualità di vita degli individui. Il dialogo porta, poi, alla *Contaminazione*, all'ibridazione, ad un atteggiamento anti-purista assolutamente proiettato verso una creatività libera e curiosa che celebra l'innesto, frutto del rapporto tra ascolto e proposta. Un'attitudine coraggiosa che porta a esporsi senza paure per prediligere la somma alla sottrazione. Visionnaire è come un albero che mette radici in ogni luogo che scopre assorbendone insegnamenti, vera e propria linfa vitale. Spostandosi porta con sé l'esperienza assorbita e con essa contamina i nuovi progetti, in un processo di arricchimento infinito nel quale il dialogo e l'apertura sono l'unica via. L'*ingegno* è uno dei valori portanti di Visionnaire, è la volontà di credere nella meraviglia dell'invenzione e per questo accettare il rischio di spingersi oltre i limiti a costo di rompere lo status quo. E' il profondo credo di Visionnaire nella possibilità di realizzare l'utopico. Un nome programmatico, manifesto dell'oggi e obiettivo futuro, Visionnaire incarna appunto quella *Visione*, quella proposta eclettica assurta a cifra distintiva di un'originale esperienza imprenditoriale che crede nell'esercizio della fantasia e della pratica creativa come espressione poetica quotidiana.

"E' una piacevole coincidenza poter parlare dell'ingegno e poterlo celebrare nell'anno che segna il 500esimo anniversario dalla morte del genio per eccellenza Leonardo Da Vinci – commenta Eleonore Cavalli art director di Visionnaire - E' il modo in cui noi approcciamo il modus operandi del progettare: lasciarci ispirare da mondi creativi 'altri' rispetto al design, come la letteratura, il cinema, l'arte. Ci siamo sempre considerati capaci di superare i limiti del sentire comune pur senza voler forzatamente provocare o rompere le regole. La nostra provocazione è insita nel nostro modo di vedere le cose che ci ha portato a creare intere collezioni ispirate a novelle fantastiche, favole o momenti di epoche passate che ci hanno colpito segnando il nostro immaginario, come il dandismo tardo-ottocentesco - Chi non è rimasto affascinato dalla storia di Dorian Gray? - La stessa Wunderkammer (stanza delle meraviglie), spazio del brand dedicato all'arte, è nata dal nostro amore per gli antichi collezionisti che collettavano oggetti unici che trovavano viaggiando nel mondo, una volontà di superare i confini nazionali, quindi fisici oltreché ideali. Ma la sfida di Visionnaire va oltre, e applica l'ingegno al concetto di *Lusso* con la sua esigenza di decoro da sempre espressione chiave mediante la quale si descrive lo stile che una società riconosce come appropriato per definire il proprio gusto. Un decoro però che non può essere solo oggettiva ricchezza materiale ma che deve contemplare il valore aggiunto di un 'sentire sensibile' che crei relazione diretta con il fruitore. "Non abbiamo mai cercato il product design, ma abbiamo sempre considerato il prodotto in relazione al contesto – racconta Eleonore - Partendo da un progetto architetturale per pensare all'interior come a un insieme di interconnessioni. Il posizionamento del singolo prodotto in un ambiente non è casuale ma fa parte della ricerca del benessere del fruitore, un concetto che per noi si lega a quello 'true luxury' o 'meta-luxury', neologismo inglese che indica le aziende capaci di andare oltre il prodotto fine a se stesso per proporre valori intrinseci da raccontare al cliente, colui che vivrà poi per anni un rapporto privilegiato e diretto con i prodotti". Un lusso che in Visionnaire non è artificio, bensì si sposa armoniosamente con la *Natura*, non solo in fatto di sostenibilità nella

Sopra, il tavolo Freddie di Alessandro La Spada deriva concettualmente dalla famiglia Kerwan/Ekos peculiare per la sua curvatura in lastra di marmo. Per il 2019 la sua reinterpretazione, In & Out, è un mix di geometrie in acciaio concavo e convesso. Il top è in cemento con un effetto "polvere di stelle" dato dall'ottone, polvere normalmente definita scarto di produzione, impreziosito da inserti in acciaio a mazzaluna a filo top.
Sotto, scatto di Delfino Sisto Legnani ispirato al valore della Contaminazione

Sotto, il divano Ca' Foscari di Alessandro La Spada, architettura contemporanea nata dalla voglia di sperimentare il poliuretano. Ha una forma sinusoidale contraddistinta da forme concave e convesse che lo rendono una proposta moderna e accogliente. Il basamento metallico sinuoso si estende in verticale attraverso un elemento che completa il bracciolo. La peculiarità del divano risiede nella curvatura del piede utilizzata come base d'appoggio. La superficie specchiante dell'acciaio curvato riflette l'ambiente circostante con effetto optical. Possibile in abbinamento la poltroncina con le medesime caratteristiche

selezione dei materiali e nell'organizzazione dei processi di fabbricazione, ma di ispirazione e di riflessione sul rapporto tra naturale e artificiale che ne permea le sperimentazioni in termini di prodotto. La natura è stata ed è elemento di grandissima ispirazione. Lo è stata nel 2017 con la collezione Greenery, un'indagine sul valore della natura all'interno del progetto che ha riportato al centro l'attenzione per i ritmi fisiologici dell'essere umano, troppo spesso travolto dai ritmi incessanti e veloci della quotidianità; lo sarà nelle nuove proposte di quest'anno in cui diventa segno grafico in grado però di ricreare nella memoria del fruitore un intero paesaggio. Quest'anno per la prima volta Visionnaire ha scelto di inserire il cemento nella sua proposta realizzando un tavolo da pranzo e la sua panca abbinata. Nato concettualmente dal Kerwan - la cui grossa innovazione consisteva già nell'essere riusciti a piegare la lastra di marmo sfruttandone la poco nota elasticità – questo progetto ha portato a sviluppare Freddie, il suo 'cugino' da esterni realizzato in cemento spalmato a mano arricchito da uno spruzzo di polveri d'ottone, materiali di scarto riciclati. L'effetto è quello di un cielo stellato che va ad illuminare un materiale per sua indole opaco e saturo. In questo risiede il concetto di rapporto naturale/artificiale riuscire a prendere una materia, preziosa o meno, e trasformarla in qualcos'altro, in un mondo immaginifico che poi diventa funzione.
Disegnati a quattro mani con Alessandro La Spada, i tavoli Granger vedono come protagonista il marmo, nello specifico di tipo 'invisible grey'(caratterizzato da un fondo bianco con venature grigie) che Visionnaire ha lavorato per potervi inserire metallo liquido, come per creare un fiume: partendo da un immaginario legato alla natura ma ottenendo l'esito desiderato in modo artificiale. Dalla sperimentazione materica Visionnaire spazia a quella estetica e formale con il letto Ca' Foscari disegnato da La Spada che gioca sulle forme concave e convesse: la concavità della testata, riempita da un'imbottitura, riporta un ricamo che ricorda il Monte Fuji giapponese e induce nel fruitore una visione che va oltre il letto stesso per ricreare nella memoria un intero paesaggio naturale astratto. Il ricamo solo accennato, non iperrealista ma grafico, è stato ripreso anche sui corpi illuminanti, nelle

parti coprenti delle sorgenti luminose. Nella famiglia di prodotti Akira, l'anno scorso la natura era interpretata in forma iperrealistica tropicale, quest'anno invece il brand ha optato per lasciare più spazio all'immaginazione delle persone affinché ognuno veda ciò che sente più affine. Questa filosofia aziendale ha fatto crescere negli anni l'azienda suscitando l'interesse di diversi fondi d'investimento. Dal 2010, infatti, Ipe è partecipata da Altopartners e dal 2014 anche da Ergon Capital II con l'obiettivo di internazionalizzare il brand. Dal 2016 l'azienda è guidata dal CEO Andrea Gentilini. "Tutto ciò che Visionnaire realizza dev'essere nettamente superiore a quanto ha promesso - afferma Gentilini - È questa la mission dell'azienda, che va declinata in tutti i suoi ambiti operativi: retail, progetto e monomarca". E proprio i negozi monomarca sono per Visionnaire l'espressione della filosofia "true luxury" che può esprimere al meglio il suo dna in spazi esclusivi e 100% dedicati. Sono 30 oggi i monobrand, l'ultimo flagship store gestito direttamente dall'azienda è stato inaugurato a Los Angeles il 7 febbraio 2019. Situato all'interno di un luminoso edificio di metà del '900, il nuovo showroom sorge nel cuore del pulsante Design District di West Hollywood, una location strategica all'interno della zona a più alta concentrazione di negozi di arredamento sulla costa occidentale americana. Concepito dai progettisti di Visionnaire, lo spazio di 350 metri quadrati con zona esterna annessa dedicata alle proposte déhors espone le novità e i "best of" delle ultime collezioni. "Lo sviluppo del nostro brand in Nord America negli ultimi anni è stato rapido e considerevole. Motivo che ci ha portato ad aprire Visionnaire LA, una vera e propria filiale americana. Non solo uno showroom ma un laboratorio in cui si studiano progetti 'made to measure' pensati per il 'bespoke luxury'". Gli Stati Uniti, inoltre, con il recente passaggio del negozio di Miami dalla gestione in franchising a flagship diretto, si confermano un mercato di elezione per il brand, unico oltre a quello italiano in cui ad oggi è presente con flagship diretti. "Attualmente stiamo lavorando a diversi progetti chiavi in mano con rinomati architetti e developers in California e l'apertura di questo splendido spazio a Los Angeles è stata un'evoluzione naturale e necessaria per la nostra presenza negli Stati Uniti", commenta Andrea Gentilini. Il 2018 per Ipe è stato un anno di investimenti importanti che hanno portato le vendite ad attestarsi ai loro massimi livelli, 45 milioni di euro e con l'Ebitda che ha raggiunto il suo record storico, pari al 24,5%, in incremento rispetto all'anno precedente.

Sopra, consolle della collezione King's Cross la cui ispirazione trova spunto nella storia occidentale e orientale: da un lato, nell'ideale reticolo urbanistico romano, tra cardo e decumano, e dall'altro, nelle nervature delle cattedrali gotiche; al tempo stesso, rimanda alla rigorosità delle forme dell'arte Ming. Nella collezione il brand sperimenta un materiale insolito per il suo dna, il legno, nello specifico il noce canaletto che va a formare una sorta di esoscheletro attorno al mobile

Sopra, il Trittico di tavolini Granger di Alessandro La Spada, realizzati in acciaio e marmo 'invisibile grey', è inciso "secondo natura" per accogliere metallo liquido che crea nuove sfumature e lucentezze inaspettate. Granger gioca sulla struttura geometrica del cerchio, che sembra ricevere per sottrazione gli altri diametri per poi comporsi in un'unità formale. La lamiera metallica disossata e curvata genera la forma e la struttura del tavolino. Le forme concave del piedistallo permettono di comporre un trittico o disporre singolarmente gli elementi di diversa altezza.
Sotto, scatto di Delfino Sisto Legnani ispirato al valore dell'Esperienza

Oltre al Nord America sono numerose le aperture previste nel 2019. Sarà operativo da settembre un flagship gestito direttamente dall'azienda a Hong Kong, uno spazio di 600 metri quadrati nel quartiere "central" della città pensato per intercettare le opportunità di progetti nel mondo APAC e per facilitare l'interazione con architetti, interior designers e 'end users'. In Cina saranno 3 le nuove aperture: già nel primo semestre sarà inaugurato il primo monobrand a Suzhou (China), 50 km da Shangai, una villa riconvertita di 500 metri quadrati nel Wuzhong District. È inoltre prevista l'apertura di un monobrand a Shenzen all'interno del Redstar Mall e sempre a Shenzen aprirà a breve uno spazio espositivo di 400 metri quadrati di superficie all'interno del punto vendita multibrand. Sempre restando nel continente asiatico sarà inaugurato il primo monobrand in India, a Mumbai nella zona di Laxmi Woolen Mills - South Mumbai, molto frequentata da architetti e interior designers per tutte le loro esigenze di scouting.
In Russia, lo storico negozio ubicato all'interno del mall del lusso Vremena Goda sarà trasferito in centro città, nella zona di Khamovniki con uno spazio di circa 300 metri quadrati all'interno di "Casa Ricca Expo", un nuovo building dedicato all'eccellenza nel settore arredo. "Una continua crescita - commenta Gentilini - ha interessato le aree geografiche storiche come Russia, Cina, Stati Uniti e Medio Oriente supportata da un rapporto sempre più stretto con architetti e interior decorators sui Private Project. Ottimi riscontri ha dato l'Europa con l'Inghilterra in testa seguita dalla Francia, dove al sud, sulla Côte d'Azur si sono chiusi progetti importanti grazie anche al nuovo monobrand monegasco e complice il processo di evoluzione stilistica che ha contraddistinto il brand nelle ultime 4 collezioni. L'Africa si conferma un mercato di assoluto appeal, in particolare in Zambia, Sudafrica e Nigeria, zone in cui si concentra un altissimo tasso di UHNWI e di richieste di progetti bespoke".

DOVE, COSA, QUANDO?
FUORISALONE

Per tutti gli appassionati visionari di arredamento, nei giorni della design week milanese (9-14 aprile) sarà possibile entrare in contatto con l'affascinante mondo di Visionnaire sia nei padiglioni fieristici che in città, perché, come dice Eleonore, "l'unico momento in cui veramente ci fermiamo dal continuo processo creativo - fatto di dialogo, discussione, ricerca, risoluzione dei problemi e innovazione – sono i 5 giorni del Salone, quando ci dobbiamo raccontare". Entrando negli spazi storici del flagship store del brand in piazza Cavour 3 si vivrà una duplice esperienza: nella Wunderkammer si terrà una mostra personale con gli scatti di Delfino Sisto Legnani ispirati dai dieci valori del "Decalogo" e organizzati in una sequenza di poetici dittici e, in contemporanea, nel flagship si terrà un sorprendente allestimento scenografico immersivo, arricchito da una serie di video proiezioni realizzate per l'occasione dai registi dello studio multidisciplinare MyBossWas.
"Nel flagship l'approccio sarà molto emozionale: abbiamo creato su 5 pedane un mondo immersivo dove i valori sono trasmessi e tradotti attraverso l'opera di un regista in corti. I fruitori potranno salire sulle pedane e sedersi sui nostri prodotti icona vedendo questo mondo valoriale tradotto nel binomio naturale/artificiale. Le viste inedite sono state realizzate grazie a un robot ad altissima tecnologia che riprende a 360°".
Lo store accoglierà la proposta di arredi e complementi del marchio, con un focus specifico su quindici "Icone" della produzione Visionnaire che, in occasione dell'anniversario, ne celebrano la storia inventiva e produttiva.
Negli spazi di Rho Fiera, nel padiglione 5 (L15/M12), Visionnaire presenterà la nuova collezione intitolata per l'occasione "Anniversary" che conta oltre ottanta prodotti, prevalentemente ideati per progetti residenziali "In & Out" ma anche comprensivi di una specifica selezione realizzata per uso Contract.
Le proposte, sotto la direzione artistica di Eleonore Cavalli, portano la firma dei designer italiani Alessandro La Spada, Roberto Lazzeroni, Marco Piva, Armando Bruno in duo con Alberto Torres, Mauro Lipparini, Giuseppe Viganò, Fabio Bonfà e di quelli internazionali Steve Leung e Maria Serebranyana con Roberta Verteramo.
Il brand presenterà anche in anteprima una nuova capsule di accessori, scultorei e funzionali al tempo stesso, realizzati in materiali nobili come la ceramica, la pietra, il bronzo e il vetro di Murano, assumendo le forme di un'estroversa categoria di vasi, centrotavola, vassoi e porta oggetti che portano la firma di alcuni dei nomi più interessanti nel panorama internazionale dei nuovi talenti come Sara Ricciardi, Zanellato/Bortotto, Stories of Italy, Gum Design e Claire Frechet. Si rinnovano le collaborazioni con Michele Astolfi e CaCo3 per la proposta artistica.

In alto, tre scatti di Delfino Sisto Legnani per la mostra 'Decalogo' ispirati ai valori di Ingegno, Natura e Unicità