



UNICO È (PIÙ) BELLO

La parola *standard* non esiste più e il non convenzionale è il nuovo modello da seguire. I clienti cercano prodotti creati ad hoc e i marchi hanno sviluppato la capacità di offrire pezzi unici. Su larga scala.

testo **Giulia Guzzini**

TESSERE DI MOSAICO COME PIXEL DIGITALI: È I'PIX DI **SICIS**, CHE MISCELA LE DIVERSE COLLEZIONI DELL'AZIENDA, DISPOSTE TONO SU TONO O A CONTRASTO, PER CREARE SUPERFICI PERSONALIZZABILI.



IL "SU MISURA" DI **PORRO** DERIVA DA UNA PRODUZIONE CHE ABBRACCIA TUTTE LE FASI, DALLA PRIMA LAVORAZIONE DEI PANNELLI ALLA SPEDIZIONE FINALE, FAVORITO DA UNA GAMMA DI FINITURE MOLTO AMPIA.



TRA LE PROPOSTE PIÙ VERSATILI DI **LAURAMERONI**, LA COLLEZIONE MAXIMA PRESENTA ANCHE LA FINITURA ARTIGIANALE "METALLO LIQUIDO".

«**IO SONO IO E LA MIA CIRCOSTANZA**», teorizzava il filosofo spagnolo Ortega y Gasset nel secolo scorso: siamo quello che abbiamo attorno e le case, gremite di simboli, oggetti e ricordi, parlano di chi le abita. Come in ogni epoca, mostrano il tempo in cui viviamo, ma soprattutto l'anima delle persone. I grandi designer hanno sempre progettato case "pezzo unico" per architetture e per arredi, diventate poi non a caso dei musei, ma la possibilità di costruirsi un universo a propria immagine e somiglianza non è oggi solo un lusso per chi la può edificare dalle fondamenta: è diventata un'esigenza espressiva che accomuna un'intera generazione. Oggi tutti nutriamo il desiderio di abitare spazi che ci assomiglino e così, dopo anni di prodotti di massa, dove la standardizzazione dei grandi numeri ha assecondato i consumi, siamo tornati a desiderare oggetti creati apposta per noi che abbiano il potere di farci sentire speciali. Non è solo questione di stile: «Il progetto di un'abitazione è qualcosa di molto complesso – ci spiega Davide Malberti, Ceo dell'azienda di sistemi d'arredo Rimadesio – in cui è necessario coordinare le scelte funzionali, tecniche, dimensionali ed estetiche che nel 90% dei casi portano a realizzare prodotti unici per fi-

PERSONALIZZABILE PER DIMENSIONI, MODULI E ATTREZZATURE, IL SISTEMA BOISERIE MODULOR DI **RIMADESIO** PERMETTE ANCHE DI INTEGRARE PORTE O GRADINI.



niture, dimensioni e materiali». Un modo di pensare il proprio abitare non solo nelle finiture, che è ormai diventato la nuova normalità.

LA VOGLIA DI PERSONALIZZAZIONE oggi dilaga in ogni ambito, ma negli ultimi cinquant'anni la generazione borghese aveva le cifre etichettate sul bagaglio, il nome inciso sullo scrittoio o la biancheria ricamata con le iniziali come un lusso superfluo e d'altri tempi. Fino a che l'industria ha rispolverato la personalizzazione come antidoto al collezionismo classico e demodé. Se ce l'hanno tutti uguale, ha meno valore. E allora serve *personalizzare*. Tutto, o quasi. Trovare le bottigliette di Coca-Cola con il proprio nome era diventata un'ossessione nel 2013. Poi è stata la volta della Ferrero, con i barattoli di Nutella, e dei produttori di scarpe, da Nike ad Adidas. Ma il vero *bespoke* appartiene, da sempre, al mondo del lusso: dove le marche offrono la possibilità ai propri clienti di cooperare per creare qualcosa di esclusivo, scegliendone i dettagli e imprimendoci sopra le proprie iniziali. Non basta più possedere, sono anni che il marketing ricerca una connessione positiva con il cliente e per farlo lo ha messo al centro del prodotto stesso – per lo stesso motivo per cui torniamo volentieri nel bar in cui ci chiamano per nome. La rapida ascesa del termine *bespoke* ne è la prova: a lungo riservato al mondo raffinato degli abiti da uomo di alta gamma, è oggi entrato nel lessico di interior designer e mobiliari. *Bespoke* indica qualcosa fatto per un particolare cliente o utente dal verbo *bespeak* che significa appunto "chiedere in anticipo". Il *bespoke design* presuppone un dialogo tra chi il prodotto lo realizza e chi ne fruisce, significa quindi concordare e personalizzare una soluzione specifica, modellandola sulla personalità e l'ambiente in cui verrà inserita – e non viceversa. Fra il puro artigianato e i sistemi costruiti assemblando moduli industriali preesistenti, si apre quindi una terza via abbracciata dai grandi protagonisti del Made in Italy. ➔

ANTA A BATTENTE E MANIGLIA IN BRONZO CONNOTANO L'ARMADIO SU MISURA EUREKA DI **LEMA**: SI PUÒ GIOCARE CON LA COMPOSIZIONE INTERNA CREANDO ANCHE UN ANGOLO VANITY.



IL RIVESTIMENTO PAESAGGIO DI MARTA CORTESE FA PARTE DELLE NOVITÀ DI CO.DE, BRAND DI **JANNELLI&VOLPI** PER IL CONTRACT E PROGETTI SU MISURA, CHE METTE A DISPOSIZIONE 15 TIPOLOGIE DI SUPPORTO MATERICO.



DALLE LINEE ESSENZIALI TIPICHE DELLO STILE SHAKER A CUI SI ISPIRA, PLEASANT HILL APPARTIENE ALLE CUCINE **HOMEWOOD**, CREAZIONI SARTORIALI PER MISURE E COMPOSIZIONE, MA ANCHE PER CORNICI, SMALTI, POMELLI.



STEFANIA GIORGI



ALESSANDRO DIBON

BESANA CARPET LAB REALIZZA TAPPETI E MOQUETTE, SU MISURA PER MODELLI E DISEGNI. LA FANTASIA SI ESPRIME ANCHE NELLE LAVORAZIONI, COME MOSTRA IL TAPPETO DELLA COLLEZIONE GEO, ISPIRATO ALLA NATURA PER FORME, COLORI ED EFFETTI TRIDIMENSIONALI.

LA CONOSCIAMO PRINCIPALMENTE PER ABITI E BORSE, MA L'HAUTE COUTURE DI **HERMÈS** SI RINTRACCIA NELLE CREAZIONI PIÙ INASPETTATE. COME DEI GUANTONI DA BOXE.



NEL MONDO DEL DESIGN ci si muove in questa logica con due tipi di soluzioni: da un lato, la personalizzazione del catalogo, che viene modificato per rispondere esattamente alle esigenze del cliente per misure e finiture, dall'altro, con progetti che vengono realizzati ex novo a partire dalle singole richieste. Quest'ultima è l'idea che sta alla base dell'offerta dei rivestimenti di Sicis, azienda ravennate nota per la realizzazione di mosaici contemporanei in cui le tessere vengono applicate sulla parete secondo un disegno che può essere tracciato liberamente. Come anche delle carte da parati di Misha, Texturæ o Wall&decò che possono letteralmente essere disegnate sulla base di suggestioni provocate dall'utilizzatore finale. O i

tappeti proposti da Besana che, avendo una produzione artigianale, permette di spaziare sia in termini di colori sia di forme e dimensioni. Alle aziende di settore viene richiesta sempre più la capacità di soddisfare le esigenze più disparate anche dei singoli consumatori, servizi che erano una caratteristica esclusiva delle grandi forniture, pensate per catene di hotel o uffici di ampie dimensioni. Un esempio è Lema che, con il suo *Armadio al centimetro*, propone un sistema per la zona notte il cui nome ne anticipa la natura stessa, capace di adattarsi alla perfezione agli spazi in cui deve essere inserito. O il caso di Tacchini, che

propone la sedia Pigreco di Tobia Scarpa in un'inedita edizione limitata con seduta rivestita con uno speciale tessuto Kvadrat disegnato da Raf Simons e ispirato alla tecnica pittorica del puntinismo.

LA SFIDA PER ELEVARE LE SOLUZIONI standard a pezzi unici ha letteralmente generato una rivoluzione anche del sistema produttivo industriale. «Si è passati da una produzione *make to stock* a un processo *make to order* nel quale produciamo sulla base della richiesta del cliente», spiega ancora Davide Malberti. Questo significa, da un lato, che non esiste un magazzino dei prodotti finiti e implica, dall'altro, l'utilizzo di strumenti di controllo molto avanzati per la gestione delle materie prime e dei semilavorati. Con il supporto di una tecnologia sempre più evoluta, lavorare in un'ottica *bespoke*, dove entra in produzione solo ciò che è necessario, porta a un modo di produrre più razionale, e anche più sostenibile. I tempi di attesa si allungano, ma i clienti lo apprezzano. È un po' come tornare indietro agli anni della nobiltà: avere un pezzo unico è per pochi e richiede tempo. *

SPECIALE FINITURA SUI TONI DELL'AZZURRO E NUOVO RIVESTIMENTO KVADRAT PER L'EDIZIONE LIMITATA "THE BLUE WINDOW" DELLA SEDIA PIGRECO DISEGNATA DA TOBIA SCARPA PER **TACCHINI**.



DALLA COLLABORAZIONE FRA **OFFICINE GULLO** ED EDGARDO OSORIO, FONDATORE E DIRETTORE CREATIVO DI AQUAZZURA, È NATA UNA CUCINA SU MISURA PER LA SUA RESIDENZA VENEZIANA, CREATA AD HOC NELLA COLORAZIONE TURCHESE CON FINITURE IN NICHEL E INCORNICIATA DA PARETI DIPINTE A MANO.



GIUSEPPE DINNELLA



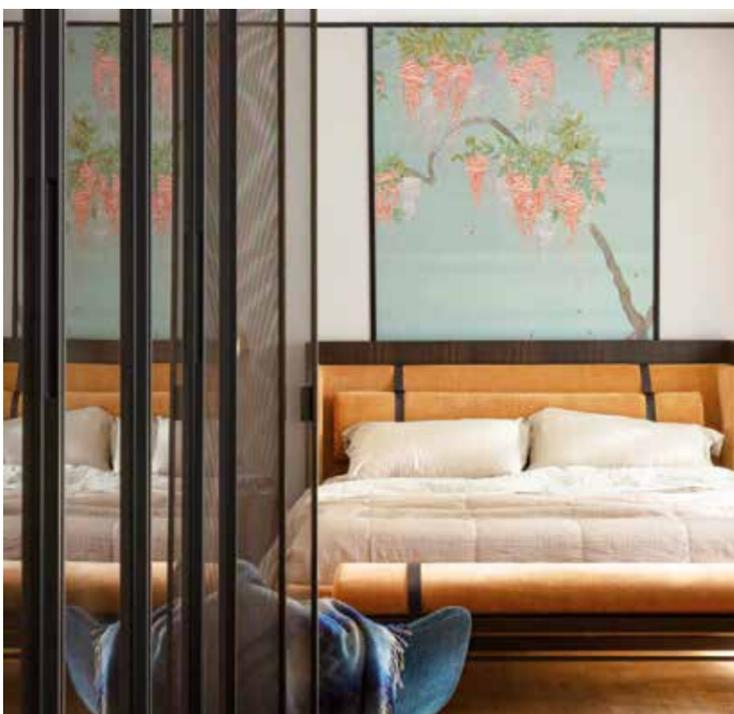
CON L'APPORTO DI ARTISTI E ARTIGIANI LE CREAZIONI DI **MANUEL CANOVAS** TRADUCONO IN TESSUTO RARI DOCUMENTI D'ARCHIVIO, PAESAGGI ESOTICI E COLORI VIBRANTI.

JULIE SOEFER



LUNGO LE PARETI CULMINANDO NEL SOFFITTO ROTONDO: LA CARTA DA PARATI NIVEUM DI **WALL&DECÒ** È IL FIL ROUGE DEL PROGETTO DI RISTRUTTURAZIONE DI SOLAYA SPA (ALL'HOTEL HOUSTONIAN) DI HOUSTON.

CARLO ORIENTE



NEL TESSUTO DA PARATO IN SETA WISTERIA DI **MISHA**, IL DISEGNO RIVIVE IN NUOVE TONALITÀ SCELTE DALL'ARCHITETTO CARMINE ABATE PER QUESTO PROGETTO RESIDENZIALE A NAPOLI.