

**[MARCHI E MERCATI]**

**Duck di Gibus si aggiudica il Red Dot Award**

Un design ironico e innovativo, linee arrotondate, accattivanti espedienti tecnici. Per questi e altri motivi la tenda a bracci Duck di Gibus ha vinto l'ambito premio Red Dot Award: Product Design 2017. Il prodotto è stato realizzato in collaborazione con lo studio di design milanese Meneghelli e Paoletti.

**Damiani a Tokyo il negozio nel cuore di Ginza**

Damiani fa il bis a Tokyo, nel quartiere dello shopping di lusso di Ginza. Dopo l'inaugurazione del Ginza Tower Damiani, il brand italiano di preziosi apre ora anche nel Ginza Six, la nuova destinazione dello shopping di lusso firmata dall'architetto Yoshio Taniguchi.



**Eclisse a Monaco il primo showroom della Germania**

Eclisse inaugura il suo primo showroom in Germania a Monaco di Baviera. L'azienda specializzata nella produzione di controtelai per porte scorrevoli a scomparsa e telai per porte battenti filo muro, ha aperto un nuovo spazio espositivo a Karlsplatz (Stachus), a pochi passi dalla celebre Marienplatz.

**Farhad Re inaugura a Roma in via Vittoria**

Ha aperto i battenti a Roma in via Vittoria 9 la prima boutique italiana di accessori firmati Farhad Re. La boutique si sviluppa su circa 250 mq, articolati su due livelli. Oggi il brand creato dallo stilista italo-iraniano è presente con due flagship store in Iran, a Teheran, con le collezioni dedicate agli accessori.



**Gabel festeggia due compleanni con il nuovo sito**

Per festeggiare i primi 60 anni di Gabel e i 150 anni di Somma il gruppo Gabel rinnova nella grafica e nei contenuti il sito e-commerce che ospiterà tutte le collezioni dei brand: Gabel, Somma, Pretti e Vallesusa. Con l'obiettivo di offrire al consumatore una visione trasversale dell'offerta per coprire tutti gli ambienti della casa.

**[FOCUS]**

**La rete di Snaidero sempre più forte con 450 punti vendita**

Le vendite contract in America, India e Inghilterra supportano i risultati di crescita raggiunti nel 2016. Forte di una certa esperienza nel settore del contract, Snaidero che produce tutto in Italia in uno stabilimento di 112.000 metri quadrati, è in grado di rispondere tempestivamente alle richieste realizzando, sia per grandi commesse che per privati, vere e proprie "cucine su misura" che sappiano valorizzare al meglio l'ambiente in cui sono inserite. Per tutti i progetti la missione è la "soluzione chiavi in mano", realizzata in tempi certi e nel rispetto dell'ambiente, con un'ampia varietà di soluzioni in accordo con le esigenze del cliente. Buoni i riscontri sul versante retail: 450 punti vendita dislocati in 86 paesi e ulteriori inaugurazioni avvenute proprio negli ultimi mesi del 2017. Di queste due in Italia, Delta Design a Lesmo in Lombardia e Thierry House a Napoli, e tre all'estero, a Johannesburg, a Antananarivo e a Nairobi. (e.m.a.)

Crescita a quota +17,7% grazie al retail e al contract: questi i risultati per il 2016 di Snaidero, sinonimo di cucine di design. L'azienda ha messo a segno cinque nuovi punti vendita in Italia e all'estero nei primi mesi del 2017, mentre rilevanti realizzazioni contract in America, India e Inghilterra supportano i risultati di crescita raggiunti nel 2016. Forte di una certa esperienza nel settore del contract, Snaidero che produce tutto in Italia in uno stabilimento di 112.000 metri quadrati, è in grado di rispondere tempestivamente alle richieste realizzando, sia per grandi commesse che per privati, vere e proprie "cucine su misura" che sappiano valorizzare al meglio l'ambiente in cui sono inserite. Per tutti i progetti la missione è la "soluzione chiavi in mano", realizzata in tempi certi e nel rispetto dell'ambiente, con un'ampia varietà di soluzioni in accordo con le esigenze del cliente. Buoni i riscontri sul versante retail: 450 punti vendita dislocati in 86 paesi e ulteriori inaugurazioni avvenute proprio negli ultimi mesi del 2017. Di queste due in Italia, Delta Design a Lesmo in Lombardia e Thierry House a Napoli, e tre all'estero, a Johannesburg, a Antananarivo e a Nairobi. (e.m.a.)

**[FLASH]**

**Pattern investe nella tecnologia per i capi da sfilata**

Pattern ha archiviato il 2016 in crescita con un fatturato superiore ai 26 milioni di euro contro i 24,5 milioni del 2015. Il tutto con un Ebitda che fa segnare un +30% e oltre i 2,3 milioni di euro. Sono numeri positivi per l'azienda torinese fondata nel 2000 da Fulvio Botto e Francesco Martorella, punto di riferimento nella progettazione e produzione di capi di sfilata per noti marchi internazionali del lusso. L'azienda sta investendo una quota superiore al 10% dei ricavi in tecnologie innovative nella modellistica e nell'ingegnerizzazione tecnologica dei capi. Il tutto senza contare la centralità della crescita del marchio Esemplare, acquisito nel luglio del 2014 nell'ottica di rilanciare i capispalla di sportswear. «Siamo soddisfatti di quanto ottenuto nel 2016 soprattutto sul fronte della sostenibilità della filiera sia a monte per eliminare le sostanze ritenute nocive, sia a valle producendo capi secondo i principi della "economia circolare"», commenta Luca Sbrulati, direttore generale di Pattern, riferendosi a una giacca per uomo e donna di Esemplare completamente riciclata, ottenuta da 10 bottiglie di Pet. «Molti parlano di sostenibilità e noi la facciamo nel concreto». (e.m.a.)

**Fidenza Village apre le porte al design**

IL "VILLAGGIO DELLE GRANDE FIRME" DELLA MODA DÀ SPAZIO A UN POP-UP STORE FIRMATO DA ROSSANA ORLANDI PUNTO DI RIFERIMENTO PER GLI ASTRY EMERGENTI DEL PANORAMA INTERNAZIONALE. UN'ESPOSIZIONE DI OGGETTI DI LUSO DEMOCRATICO

Laura Asnaghi

Milano

Anche il design ha un cuore democratico e si offre al grande pubblico di Fidenza Village, noto come il villaggio delle grandi firme della moda. Per questa operazione è stata scelta una figura di spicco del mondo del design. È Rossana Orlandi, donna conosciuta a livello internazionale per essere una talent scout dotata di un fiuto eccezionale nella scoperta di astri nascenti del design. E non a caso, il suo store milanese, aperto nel 2002 all'interno di una ex fabbrica di cravatte, a due passi dal centro di Milano, è diventato non solo un vero e proprio tempio della creatività applicata agli oggetti d'uso quotidiano, ma anche un punto di riferimento per chi ama tutte le espressioni più innovative, eccentriche, d'avanguardia, eco-compatibili, di alto artigianato o di alta sapienza industriale del design.

E così, per portare al grande pubblico gli oggetti che danno un tocco speciale agli arredi delle case, al Fidenza Village è stato ricreato lo spazio di Rossana Orlandi. È un pop-up store che resterà aperto fino ad agosto e che rientra nelle iniziative di "The creative spot", un contenitore decollato con la moda e i giovani stilisti. Ora è il momento del design raccontato e messo in vendita con un atelier che ricrea l'atmosfera dello spazio di Rossana Orlandi. Altissimi scaffali ospitano centinaia di "cuvette", i contenitori che si usavano un tempo nelle fabbriche e intorno, su grandi tavoli, ecco gli oggetti scelti da me — dice Rossana Orlandi — dai 5 euro in su, perché il design deve offrire proposte per tutte le tasche».

Come in un sorta di luna park, questo spazio è popolato dai conigli colorati di Stefano Giovannoni, i famosi "Rabbit chair", prodotti da Queboo. Queste nuove sedie-scultura si mescolano alle "monkey lamp" di Marcantonio Raimondi Malerba, alle creature di Emanuela Crotti piuttosto che ai vasi in resina colorata di Gaetano Pesce per Fish Design o



Nella foto in basso Rossana Orlandi con José Luis Duran, l'amministratore delegato di Value Retail Europa, gruppo di cui fa parte anche Fidenza Village



quelli in Pvc di D-Bros che prendono forma solo quando si riempiono d'acqua. E ancora: le collezioni di piatti "total white" di Richard Ginori, le poltrone marmorizzate di Baleri, gli oggetti di Alessi e Seletti ma anche quelle del giovane spagnolo Jorge Penadés che si è imposto con le sue sedie nomadi o quelle nate dal riutilizzo degli scarti industriali in pelle mescolati a colle speciali.

«Quello che noi vogliamo offrire qui a Fidenza Village è una forma di shopping experience dove si intrecciano proposte diverse — spiega José Luis Duran, l'amministratore delegato di Value Retail Europa a cui fanno capo 9 Villaggi — il nostro mix vincente sono gli abiti griffati ma anche il cibo di alta qualità (compreso quello dei presidi slow food), la musica e il life-style, con grande attenzione all'accoglienza e all'intrattenimento. Ma ci piace anche stupire la gente con proposte culturali nuove. È il design rientra in questo piano, frutto di affinità elettive con Rossana Orlandi». Le vendite saranno accompagnate da incontri ravvicinati con i protagonisti del design. Tra gli altri, Stefano Giovannoni e Stefano Seletti.

«A Fidenza Village siamo riusciti a ricreare la magia e l'amore per l'ospitalità che da sempre coltivo nel mio spazio milanese» spiega Rossana Orlandi, una icona di stile che non separa neanche un secondo dai suoi famosi occhiali giganti con la montatura bianca. E conclude: «Il savoir faire dell'accoglienza è importante. Serve a eliminare quelle barriere che spesso impediscono di avvicinare il grande pubblico alle bellezze del design». Questo pop-up si affaccia sull'ingresso principale di Fidenza Village, un polo di grande successo che, di recente, grazie a un investimento di 30 milioni di euro, è stato ampliato: ai 21 mila metri quadrati esistenti ne sono stati aggiunti 3.500 e i negozi da 102 sono diventati 122.

Un ampliamento consistente che ha favorito anche l'occupazione con 150 posti di lavoro in più. Tra i nuovi spazi, c'è anche il ristorante "Villano" e un'area dedicata all'accoglienza, ribattezzata "The concierge", destinata ai clienti che qui vengono sempre definiti "ospiti". «I nostri villaggi vogliono essere un luogo in cui i visitatori possono vivere l'emozione e il lusso di sentirsi sempre al centro dell'attenzione — spiega José Luis Duran — ecco perché nei servizi che offriamo ci sono anche le attività culturali».

**[ACCESSORI]**



**LiJo trasforma gli occhiali con Marchon**

LiJo trasporta nella sua "Glam collection" lo spirito fashion delle sue creazioni con nuove forme di occhiali da sole realizzati da Marchon. Le proposte della collezione vanno dagli occhiali in metallo dalla forma tondeggiate frutto dell'incontro di linee audaci e sinuose fino alla forma del frontale "da gatta" in acetato con sottili aste in metallo.



**Faliero Sarti le scarpe create con la fotografia**

Moda e fotografia si incontrano nella nuova collezione capsula di scarpe di Faliero Sarti nate dalla collaborazione fra il direttore creativo della maison Micol Sarti e la fotografa Mica Sabbadini. La mini collezione si compone di sette scarpe in seta, cachemire e cotone.

**[TEMPO AL TEMPO]**

**Il volo "vintage" firmato Bell&Ross**

Micol Bozino Resmini

«Un popolo che ignora il proprio passato — disse Indro Montanelli — non saprà mai nulla del proprio presente». Ed è proprio su un'attenta analisi e reinterpretazione del passato dell'orologeria militare che Bell&Ross, fin dal suo esordio, ha costruito il suo presente e il suo futuro. Il risultato di questa riflessione creativa è la famiglia Vintage, con cassa tonda e le caratteristiche di leggibilità, funzionalità, impermeabilità e precisione che accomunano tutti gli orologi della maison. Nata con quadrante classico, anse arrotondate e senza lunetta, questa linea ha subito un primo restyling nel 2007 che l'ha portata ad avere anche spigolose, lunetta e lancette a gla-



dio. Questa nuova evoluzione ne mantiene i codici sostanziali, ma presenta diametro e spessore minore e cinturino integrato. Ne è un perfetto esempio il modello BR V1-92 (nella foto, costa 1.990 euro), con cassa in acciaio da 38,5 mm impermeabile fino a 100 metri e protetta da vetro zaffiro ultra bombato. Un modello che introduce una nuova lancetta dei secondi con contrappeso a forma di aereo stilizzato, elemento — assicurano da Bell&Ross — destinato ad apparire anche su altri orologi della maison. All'interno un movimento meccanico a carica automatica con funzioni di ore, minuti, secondi al centro e data.