

10mila

Gli esordienti dal '98

Bilancio positivo
Sono stati oltre 10mila i designer che hanno scelto il SaloneSatellite come piattaforma per il loro debutto internazionale. La manifestazione ha visto il coinvolgimento di circa 270 scuole internazionali di design

DESIGN

La «Collezione 20 anni»

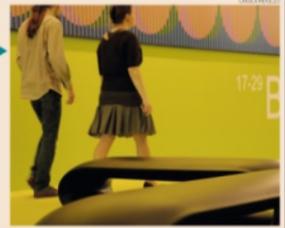
2006
L'edizione 2006 del Satellite si è tenuta in un'area dedicata della Fiera di Milano-Rho. Alla manifestazione hanno partecipato 520 giovani tra designer e studenti di 22 scuole internazionali di design. Tra i nomi che hanno esposto nel 2006 ci sono Chihito Tanaka, Susanne Philipsson, che partecipò con la lampada "Guardianof Light", prodotta poi dall'italiana Pallucco.



2007
Il SaloneSatellite ha celebrato la propria decima edizione, cui hanno partecipato 500 designer da 38 Paesi, con la retrospettiva "Averati - Progetti dal SaloneSatellite alla produzione", a cura di Beppe Finessi. L'intento della mostra era quello di ripercorrere i primi dieci anni della manifestazione proprio attraverso gli oggetti con cui gli emergenti hanno esordito in questo contesto.



2008
Al grido di "Viva il verde! Go green!" il SaloneSatellite 2008 è stato il primo "contenitore" internazionale a interessarsi al tema della sostenibilità nel design in modo concreto. In esposizione molte opere realizzate con materiali di riciclo o riciclabili come, per esempio, il legno, il vetro e il cartone. Designer come Fethi Atakol, specialista nell'arte del riuso, hanno esordito proprio quell'anno.



Mist-o e Living Divani

Il duo Mist-o, creato nel 2012 e composto dal designer giapponese Noa Ikeuchi (1983) e dall'italiano Tommaso Nani (1983), opera tra Tokyo e Milano, come un ponte tra Est e Ovest. Dopo il debutto al Satellite, Nani e Ikeuchi hanno collaborato con molti grandi brand italiani e stranieri. Per i 20 anni hanno realizzato il divanetto Daybed (nella foto per Living Divani).



Sergio Matos

Si chiama Pirarucu Chair ed è prodotta dal suo stesso studio la sedia che Sergio Matos ha creato per celebrare la ventesima edizione della manifestazione che l'ha lanciato. Il designer brasiliano ha partecipato al SaloneSatellite nel 2010, 2011 e 2012. Oggi collabora con brand internazionali.



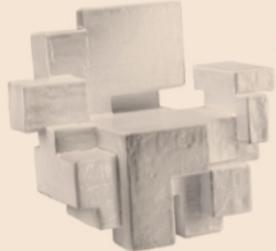
Big-Game e Magis

Eric Petit, Grégoire Jeanmonod e Augustin Scott de Martinville, fondatori dello studio di design Big-Game, con sede a Losanna, hanno firmato la Little Big chair (in foto), sedia regolabile in altezza, per la linea Mee too di Magis, dedicata agli arredi per bambini.



Satyendra Pakhalé e Fiam

Il designer indiano, classe 1967, ha aperto la Satyendra Pakhalé Associates e per due volte, nel 2008 e nel 2016, è stato insignito del prestigioso Red Dot Award. Per Fiam ha progettato Kayo Extensible Table (nella foto), uno dei pezzi della "Collezione 20 anni SaloneSatellite".

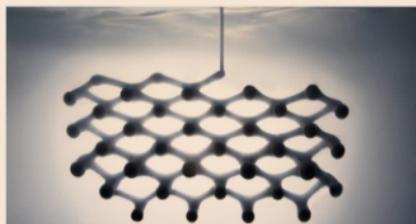


Studio Nucleo e Amman Gallery

Studio Nucleo è un collettivo di quattro artisti: Piergiorgio Robino, Stefania Fersini, Alice Carlotta Occipico, Alexandra Denton - fondata a Torino nel 1997. Ha un'identità interdisciplinare che spazia dal design all'arte contemporanea e, attraverso l'analisi e la sperimentazione di nuovi materiali, crea pezzi unici come Primitive (nella foto) realizzato con Amman Gallery in occasione del 20 anni del SaloneSatellite.

Extremis

Virus è un tavolo da picnic realizzato in acciaio e collegato a tre sedute. È pensato per essere accattivante sul piano del design e funzionale allo stesso tempo. Rappresenta infatti un complemento d'arredo adatto anche ai piccoli spazi come i balconi. È stato progettato da Dirk Wynants, uno dei fondatori e main designer di Extremis, studio di design creato nel 1994 in Belgio, che oggi vanta sedi in Giappone e Nord America.



Christophe Guberan

Il product designer svizzero Christophe Guberan, 31 anni, ha fatto dell'utilizzo di materiali innovativi e della sperimentazione la chiave di volta della propria attività. Della "Collezione 20 anni SaloneSatellite" fa parte Rapid Liquid Printing, auto-assemblata al MIT di Boston.

L'unico vapore che respiriamo è quello delle nuvole!
Bora professional: revolution 2.0

BORA

Bora truck: la rivoluzione in cucina in tour con Frigo2000
Milano design week 2017 4/9 aprile 10.00/21.00 piazza Lina Bo Bardi

frigo2000
high performance kitchen

Da oggi in fiera

L'arredo che innova aggancia la ripresa

Le aziende italiane del settore si presentano alla 56esima edizione del Salone del Mobile di Milano con ritrovato ottimismo



**MADE IN ITALY
AD ALTO
GRADIMENTO**
Positivo il trend di crescita dell'arredo sui mercati esteri e su quello italiano
pagg. 2 e 3

**SU MILANO
LA CARICA
DEI 400MILA**
Grande afflusso in città per la fiera che apre gli battenti in fiera
pag. 5

**I PERCORSI
DELLA
FORMAZIONE**
Scuole e atenei sono chiamati a formare professionisti in grado di rispondere alle sfide del futuro
pag. 6

di **Giovanna Mancini**

L'ottimismo ritrovato. È quello degli imprenditori italiani dell'arredamento che, dopo tanti anni di crisi e attesa per una ripresa che sembrava non arrivare mai, quest'anno si presentano all'appuntamento con il Salone del Mobile di Milano con un atteggiamento decisamente mutato rispetto al passato, forti di un recupero della produzione che, avviato già nel 2015 grazie soprattutto al traino dell'export, si è confermato anche nel 2016, scacciando i timori che si trattasse soltanto di un fuoco di paglia.

Il clima è cambiato, dicono molti imprenditori, e questo nuovo clima si respira tra gli stand della più importante fiera internazionale dell'arredo-design, aperta da oggi a domenica nel polo fieristico di Rho-Percussina, 2mila aziende espositrici (di cui un terzo dall'estero) che attendono oltre 300mila visitatori professionali. A sostenere le aspettative delle imprese sono non soltanto i numeri della produzione, cresciuta nel 2016 del 2,2 per cento (20 miliardi di euro) (dati del Centro studi FederlegnoArredo), ma soprattutto il fatto che buona parte di questo aumento sia dovuta, in controtendenza con gli ultimi otto anni, soprattutto al mercato interno, che dopo aver perso quasi il 40 per cento nel 2007 e il 2014, ha messo a segno l'annoso aumento del 3,1 per cento.

Merito soprattutto del boom mobili, come ha ricordato in questi giorni il presidente di FederlegnoArredo (l'associazione che rappresenta le imprese della filiera e che organizza il Salone), Emanuele Orsini. Ma merito anche, fa notare il presidente, delle strategie adottate in questi anni dalle aziende italiane per superare la crisi. Internazionalizzazione, investimenti, innovazione, formazione e governance. Solo chi ha da subito puntato su questi strumenti è riuscito con fatica a superare la recessione e oggi è pronto per affrontare la ripresa in modo nuovo e più adeguato al contesto di una concorrenza globale sempre più accesa.

Alla capacità di fare prodotti innovativi e di qualità (capacità ormai riconosciuta al made in Italy in tutto il mondo) devono aggiungersi competenze di vendita e marketing sui canali tradizionali e digitali; servizi

ai clienti sempre più customizzati, rapidi e completi; un'offerta merceologica ampia e flessibile, accompagnata da cataloghi dettagliati, in grado di soddisfare ogni tipo di clientela (professionale e non) e di mercato; investimenti in macchinari e software innovativi, in grado di creare oggetti nuovi e automatizzare e controllare in modo efficiente tutta la catena del valore, dalla produzione ai servizi.

Chi punta sul retail deve muoversi verso una gestione il più possibile diretta dei propri negozi; chi scommette sul contract deve

UN SISTEMA COMPETITIVO

Dopo anni di crisi, tornano a crescere le imprese che hanno saputo investire in produzione, strategie commerciali, governance e formazione. Orsini (Fla): «Il 70 per cento dei brand fa innovazione»

poter offrire ai committenti pacchetti di prodotti, soluzioni e servizi sempre più complete e affidabili. Chi ha deciso (ancora in pochi, a dire il vero) di accelerare sull'e-commerce farebbe bene ad affidarsi a piattaforme specializzate e a professionisti delle vendite via web, per ottimizzare tempo e investimenti. Nelle aziende servono figure professionali nuove, sempre più specializzate e aggiornate sulle rapide trasformazioni tecnologiche (soprattutto nei campi industriali caratterizzati da un elevato contenuto hi-tech, come l'illuminazione) e questo da un lato richiede importanti investimenti nello

scouting e nella formazione continua del personale, dall'altro ha portato ad accrescere l'offerta formativa, con scuole e istituti superiori o corsi post laurea per formare non soltanto designer o tecnici ed esperti nella lavorazione del legno, ma anche export manager, project manager, responsabili marketing: tutte figure chiave per affrontare la complessità della sfida sui mercati internazionali.

Infine, anche i modelli di governance delle aziende (tradizionalmente medie e piccole, a carattere familiare) stanno cambiando, con un aumento delle operazioni di "integrazione" (partnership, fusioni o acquisizioni) tra aziende spesso complementari tra loro, con l'obiettivo di ampliare la gamma prodotta, di condividere le reti distributive e di aumentare la massa critica necessaria per competere sui mercati esteri.

I risultati cominciano a vedersi. Lo dimostra il fatto che - secondo i dati di FederlegnoArredo - sebbene nel 2016, a livello globale, il commercio internazionale di mobili sia rallentato (compresa le importazioni di mobili dalla Cina), le esportazioni di arredo made in Italy sono andate invece crescendo. Con un +1,6 per cento, le vendite oltreconfine hanno superato l'anno scorso i 3,3 miliardi di euro, confermando il primato della Francia in termini di volumi (1,1 miliardi) e il dinamismo di Stati Uniti (+8,8 per cento) e Cina (+21,9 per cento).

«La competitività delle nostre aziende deve molto alla forte propensione all'innovazione del settore», precisa Orsini - da una nostra indagine risulta che nel 2016 il 70 per cento delle imprese ha fatto investimenti in ricerca e sviluppo e non soltanto tra le più grandi per fatturato. La quota investita è stata in media del 2 per cento, una percentuale elevata. Il settore, del resto, uno dei più innovativi nel panorama della manifattura italiana così come, all'interno della galassia del legno-arredo, quella italiana è una delle più innovative in Europa.

Proprio il Salone del Mobile di Milano è il luogo dove, anche quest'anno, questa capacità di innovazione sarà messa in mostra: materiali nuovi o utilizzati in modo inedito, forme e soluzioni inesplorate e rese possibili grazie all'uso di macchinari o software innovativi. In due parole: creatività e capacità industriale.



Italian Masterpieces

Salone del Mobile di Milano 2017
SALA DEL THE, PALAZZO COLOMBA, 80 MA
poltronafrau.com



**ILLUMINAZIONE
E UFFICIO.
NUOVE SFIDE**
Rivoluzione tecnologica innescata da led e oled. Ambienti di lavoro: lo smartworking ha allargato i confini
pagg. 8 e 9

**DENTRO
LE TENDENZE
DEL DESIGN**
Trend sotto la lente: vintage, minimalismo, etnico e naturale. Le osservazioni del designer
pagg. da 13 a 19

**FUORISALONE
SEMPRE
PIÙ RICCO**
I distretti del design milanese, vecchi e nuovi, accolgono anno dopo anno oltre mille eventi e percorsi tematici
pagg. 22 e 23