

NEUTRA APRE A MILANO

Si è aperto a Milano, in viale Piave 14, a pochi passi da corso Venezia, il primo flagship store Neutra con la partecipazione delle aziende partners Caleido, CEA, Oltremateria, Macrolux e Warli.

In mostra, la produzione di Neutra e delle altre cinque aziende - ciascuna espressione per il proprio settore di riferimento dell'eccellenza italiana - con collezioni originali e raffinate di elementi e complementi per l'ambiente bagno d'alta gamma, per il wellness e il living.

Lo showroom, che si sviluppa su una superficie di 150 mq. con due grandi vetrine che si affacciano su Viale Piave, rispecchia perfettamente la filosofia e l'immagine del marchio, dove il linguaggio poetico della natura si coniuga con la funzionalità moderna. Ricordiamo che Neutra è la divisione dalla storica Arnaboldi Angelo, fondata nel 1880 a Cantù - conosciuta e apprezzata per la fornitura e la lavorazione di marmi e pietre naturali. Dalle pietre naturali e "neutre", l'azienda sviluppa dei prodotti di design dalla forte identità con prodotti firmati dai più importanti designer internazionali e realizzati con tecnologie evolute. Il nuovo flagship milanese si rivolge ad architetti, progettisti d'interni ma anche a chi semplicemente ama il design e intende essere un luogo vitale aperto ad ogni possibile sinergia con i partner che condividono con Neutra gli stessi valori e la stessa filo-

sofia aziendale di cura e attenzione verso il cliente. "Il primo flagship store Neutra a Milano, polo internazionale del design, nasce dalla necessità di avere una vetrina sul mercato italiano ed estero. È l'opportunità per "toccar con mano" le creazioni artigianali della nostra azienda e per respirare la storia, la qualità, il design e l'innovazione che da sempre caratterizzano il nostro marchio." afferma Benedetta Arnaboldi, che sottolinea inoltre "La nascita di questo nuovo spazio vede la partecipazione di altre aziende di design fortemente innovative nel loro settore che hanno sposato la nostra visione con l'obiettivo di proporsi in modo incisivo sul mercato fornendo servizi e soluzioni di alta qualità." Obiettivi comuni sono, come conferma Danilo Rossetti titolare di Caleido, l'atelier italiano del radiatore di design, dichiara: "La Natura e l'italianità come base d'ispirazione e riferimento imprescindibile per la nostra produzione. Un connubio in perfetta sintonia con i prodotti di Neutra." Roberta Bertacco di CEA Design, rubinetteria in acciaio tra tecnologia e innovazione, sottolinea tra l'altro che "CEA Progetti individua nello spazio di viale Piave il primo tavolo di lavoro dichiarato fra aziende di prodotto e il mondo della progettazione. Un luogo in cui la specializzazione incontra le esigenze dei progetti, mettendo a disposizione competenza tecnica e lungimiranza progettuale". Per

Francesco e Alessandro Bettoli di Macrolux, azienda che si occupa di prodotti per l'illuminazione tecnica e residenziale "il nostro intervento ha consentito di valorizzare gli oggetti senza abbagliare, intervenendo con luce e ombra".

Il significato e il valore di una stretta collaborazione viene enfatizzato da Loris Casalboni di Oltremateria, marchio che si distingue per i materiali innovativi, per superfici continue, "Il cambiamento inizia con azioni consapevoli: solo così si potrà sostenere un mercato nuovo e pieno di opportunità, solo insieme ai diversi partner, con gli stessi valori e obiettivi, facendo rete, sinergia, solo essendo "pesci veloci" e non solo pesci grandi, proponendo ai nostri clienti prodotti e servizi di valore ed eco-sostenibili. Grazie a Neutra e ad i suoi partner ai quali ci uniamo per portare qualità e valore nel nuovo mercato del Green Building". Si completa la pro-

posta attuale del nuovo flagship store, con una selezione mirata dei tappeti contemporanei handmade Warli di cui parla Paolo Zani, art director. "Lavoriamo sulle superfici, i patterns ed i materiali, con il tempo e la cura che sono richiesti per elaborarli".

Lo spazio di Viale Piave a Milano intende essere lo showroom pilota per l'apertura dei prossimi flagship stores nelle più importanti città mondiali.

www.neutradesign.it



ne verso prodotti che consentono un risparmio dell'acqua utilizzata. Le aziende hanno acquisito la consapevolezza che la ricerca di soluzioni di design e innovative, in termini di materiali, forme, colori, usabilità, versatilità contribuiscano ad aumentare la competitività nei mercati".

Un esempio?

"Per Nic Design ho sviluppato la collezione Milk che - in un contesto di arredo bagno dove domina da anni il total white - propone 15 varianti di colore, oltre a un'ampia scelta dimensioni dei lavabi, in modo da

coprire anche aree di mercato attualmente lasciate scoperte".

Non vi è alcun dubbio, sottolinea Enzo Berti. "Ricerca, Innovazione e Design sono aspetti fondamentali che le aziende devono sempre considerare se vogliono essere competitive: attualmente c'è una piena consapevolezza di questa condizione che pone in primo piano le esigenze di visibilità per trovare un'identità e quindi una nicchia di riferimento nel mercato. E i valori verso i quali il mondo del bagno attualmente si orienta sono principalmente

la ricerca e la scelta dei materiali e l'innovazione tecnologica: aspetti che possono considerarsi come valore aggiunto al "segno" del progettista a definire l'identità e l'anima dell'oggetto".

Sulla centralità dei tre temi sono d'accordo anche Meneghella e Paoletti. "Ricerca, innovazione e design sono sempre al centro dell'attenzione delle aziende del settore, anche se vengono sempre più dirottati



Makro

Milldue Four Seasons

Collezione di mobili, nelle versioni sospesa o a terra, cui sono abbinati numerosi elementi: top e lavabi, maniglie e specchiere retroilluminate. Completa la serie una vasca da bagno realizzata con gli stessi rivestimenti dei mobili.

www.milldue.it

Makro Modulo30

Makro Design
Modulo30

Composizione modulare di mobili con lavabo/i integrati e ante alleggerite e dotate di meccanismi a chiusura controllata. Le lavorazioni giocano con materiali dagli effetti cromatici e tattili diversi come il Corian o il legno termotrattato (Hemlock o Lati) o marmo (Desert Beige, Velvet Carrara e Nero Cantabria). Dimensione modulo base (a 2 ante): 60x 40 cm (profondità).

www.makro.it

Neutra by Arnaboldi Neos

Luca Martorano

Composizione di arredo con mobile Neos, legno massello Noce, frontali pietra Sinai. Lavabi d'appoggio Egg, pietra Sinai e Vasca Convivium, pietra Pat Grey (design: Nespoli e Novara).

www.neutradesign.it



Milldue



Neutra by Arnaboldi

verso tipologie di prodotto più "smart", ossia con un riscontro commerciale diretto. Ciò non significa che questi fattori non vengano presi in considerazione".

Più articolata la visione di Marco Poletti.

"Si può parlare di ricerca, non in senso assoluto, cioè tecnologia e innovazione, ma quando si tratta di medie-piccole aziende, l'evoluzione è orientata più in questi termini: il design (cioè aziende di prodotto) si affianca al contract (aziende di servizi e progetto) ed è con questo mix che si avrà ricerca e servizio contemporaneamente. Anche il bagno si orienta in questa direzione, il prodotto lavorato che meglio interpreta l'azienda di servizi".

Certamente tutto questo impegno non basta a far superare

alle aziende il momento di contrazione della domanda interna che ha cause diverse: quindi per tutti è fondamentale mettere in campo strategie atte ad affrontare anche mercati diversi. Un imperativo per le più grandi e strutturate aziende, ma anche per le minori, più per dimensioni, che non per idee e voglia di innovare. In questo panorama quale ruolo assolve il designer progettista? Per Marco Poletti, grazie alla sua esperienza di designer in aziende con una lunga militanza

esperienze su mercati esteri e preparate ad affrontarli e consapevoli di come costruire una rete di agenti o distributori all'estero sia un lavoro che necessita tempo ed esperienza.

"È chiaro che imprese con tale bagaglio e struttura, partono di gran lunga avvantaggiate. Ci sono per ogni settore tipologie di prodotto o misure/normative da considerare per entrare in certi mercati, e il designer vive queste limitazioni di riflesso: non nascono dal

designer ma vengono integrate nel suo lavoro grazie alle indicazioni delle aziende. In questo scenario l'apporto del designer è secondario".

Apporto che è sempre essenziale per Ilaria Marelli.

"Il bravo designer ha sempre le antenne alzate a percepire quali sono i nuovi trend, le innovazioni sociali e culturali in corso e quali possono essere i ritorni progettuali dei cambiamenti in atto. Per questo il designer è un utile "enzima" per l'azienda". Come testimonia il suo recente



Vincenzo Lasferza/Racconti D'Acqua

za sui mercati stranieri e, recentemente, come ideatore del progetto Arcadia, una formula che proprio sulla distribuzione all'estero fonda il proprio successo, afferma:

"Lo sviluppo di nuove strategie è l'unico modo per affrontare questo cambio totale di mercato. In una squadra dove progetto e prodotto lavorano in sinergia, il designer diventa progettista e architetto, con un ruolo ancora più ampio di quello fino ad oggi interpretato".

Anche il duo Meneghella Paolletti firma per aziende di conso-

Vincenzo Lasferza/Racconti D'Acqua Il ponte

Vincenzo Catoio
Composizione con base d'appoggio in legno e finitura a olio con lavabo in calce 'lipis' e struttura in metallo cerato. Cassetto basso realizzato in calce 'lipis'.
Misure: 91,4x170x(p) 51,6 cm.
www.raccontidacqua.it

Scavolini Bathrooms Lagu

Studio Castiglia Associati
Collezione di mobili con basi e copripfianchi proposti in laccato opaco Giallo Sole, con lavabo Feature integrato al piano in Cristalplant. Pensili Pivot girevoli a specchio. Specchiera Link. Accessori Clear. Dimensioni della base cm 100x52x50 (lpxh); base laterale cm. 50x52x50 (lpxh); specchio cm. 150x75h.
www.scavolini.com



Scavolini Bathrooms

te lavoro, per Glass Idromassaggio. "Nella collezione Epoque, ho ripensato a oggetti che richiamano una memoria condivisa ma che vengono rivisitati e resi contemporanei. In questo modo risultano interessanti in ambito internazionale, per le giovani elite culturali dei Paesi emergenti, che non cercano più lo sfarzo fine a se stesso, ma l'oggetto di design con una sua ricchezza, che