

MARTEDÌ
18.04.2023

CORRIERE DELLA SERA

CORRIERE.IT

DESIGN

LE NOVITÀ DELLA CASA + PROTAGONISTI + ITINERARI



Illustrazione
di ANTONIO COLOMBONI



DESIREE (ARREDO)

ITALY - CORSERA Spec. DESIGN - 4/18/2023 - Num.: 91 - Pag.: 53

Circulation: 262322

MARTEDÌ 18.04.2023

CORRIERE DELLA SERA

CORRIERE.IT

53

AZIENDE

di ENRICA RODDOLO

Un'avventura partita da Treviso. E adesso appena approdata fino a Città del Messico. La famiglia Lucchetta ha fondato Euromobil cucine nel 1972, Zalf mobil nel 1974 e acquisito Désirée divani nel 1995, proponendo così mobili per la casa e il contract. «Per Gruppo Euromobil la parola chiave di questa nuova fase di sviluppo adesso è "il design che genera lo spazio", declinato nelle nuove collezioni di mobili e cucine timeless che diventano protagonisti nell'organizzazione spaziale degli ambienti — spiega Gaspare Lucchetta, amministratore delegato del Gruppo —. Il team Ricerca&Sviluppo è costantemente al lavoro per progettare prodotti e soluzioni innovative».

Adesso l'inaugurazione del flagship a Città del Messico. Partendo da Treviso. «Guardiamo sempre più al mercato estero, prevediamo ad esempio di inaugurare a maggio il prossimo Flagship Store di Gruppo a Riad, in Arabia Saudita — spiega Lucchetta —. Ci rivolgiamo a tutti i mercati, a partire da quello nazionale per arrivare ai mercati internazionali. Tra gli sbocchi di mercato in forte sviluppo c'è l'America Latina: lavoriamo con molta soddisfazione anche negli Stati Uniti e in Giappone, nel contempo stiamo mettendo buone basi nei mercati emergenti come Cina, Corea del Sud ed India. Tutto questo oltre al consolidato rapporto con il mercato europeo».

Dello stancio verso il mondo dell'arredo e design nel periodo pandemico con la riscoperta del valore della casa ha beneficiato anche il Gruppo Euromobil che «ha chiuso il 2022 a 70 milioni di fatturato. Il 2021 ha visto una crescita del 15%, mentre il 2022 del 20%, per un aumento totale del 35% nell'ultimo biennio».

E adesso tutto arriva con molte novità al Salone del Mobile a Milano. «Quest'anno Désirée presenta la prima collezione firmata da Tobia Scarpa, uno dei più importanti architetti e designer italiani, e dà il via ad una collaborazione che si prospetta essere ancor più eterogenea — continua l'ammi-

Euromobil allarga il raggio dei suoi mercati, arrivando fino a Città del Messico e puntando a Riad. E per il marchio Désirée aggiunge alle firme di design quella di Tobia Scarpa

Un Gruppo dalle mille passioni



Tavolo della collezione Désirée, la prima firmata da Tobia Scarpa, uno dei più importanti architetti e designer italiani

nistratore delegato —. La collezione 2023 di Désirée, rendendo omaggio alla propria intrinseca eterogeneità, verterà su quattro grandi firme di design che hanno collaborato insieme all'azienda dando vita a pezzi dal carattere unico: Setsu & Shinobu Ito, Jai Jalan, Marc Sadler, Matteo Thun & Antonio Rodriguez».

Pur mantenendo come proprio core business l'imbottito, Désirée ha scelto per quest'anno di conferire ai propri prodotti un accento differente. Il filo conduttore di questa collezione è il concetto di living. Il Gruppo è attivo dall'arte allo sport, due passioni che hanno marciato di pari passo con il progetto industriale del gruppo. «Abbiamo sostenuto eventi artistici, culturali e sportivi con continuità. Probabilmente siamo riusciti a farlo perché tali sponsorizzazioni sono sempre nate dalle nostre passioni e le abbiamo vissute in prima persona al fianco di artisti e sportivi. L'arte, in particolare, apre la mente. Frequentare

artisti, conoscere il loro pensiero e sperimentare la loro creatività sono esercizi mentali che aiutano a capire meglio il mondo in cui viviamo, a prevederne l'evoluzione», nota Lucchetta.

Se ci si orienta all'arte facendola entrare in azienda, si crea un circolo virtuoso di contaminazione, in una mescolanza continua tra stimolo e azione. «Tutti i mestieri e tutte le discipline possono godere di questa "musa" ispiratrice per esprimersi al meglio, perché le forme d'arte sono alla base di tantissime attività, non solo quelle apparentemente più vicine — conclude l'amministratore delegato —. Certamente il design, che rispetto all'arte deve avere in sé l'aspetto della funzionalità, le è molto affine, quindi per Gruppo Euromobil è una commistione naturale. Il progetto per il futuro? Continuare a sostenere tutte queste attività che, oggi più che mai, hanno bisogno di pervadere la società portando nuova energia vitale».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LA COLLEZIONE

L'omaggio a quattro designer

La collezione 2023 di Désirée, rendendo omaggio alla propria intrinseca eterogeneità, verterà su quattro grandi designer che hanno collaborato insieme all'azienda dando vita a pezzi dal carattere unico: Setsu & Shinobu Ito, Jai Jalan, Marc Sadler, Matteo Thun & Antonio Rodriguez. Un mix di talenti del design capaci di tradurre in linee contemporanee la storia del Gruppo, proponendo ai consumatori oggetti funzionali e di grande valenza estetica.

Il ceo Lucchetta: «Sosteniamo lo sport e l'arte. Frequentare artisti aiuta a capire meglio il mondo in cui viviamo»

BONTEMPI

«Figli del boom, i nostri mobili con un'identità metalmeccanica»

di ORNELLA SGROI

«La storia della Bontempì è la storia dell'imprenditoria italiana del dopoguerra». Sorride Michele Bontempì, classe 1975, alla guida dell'azienda familiare — oggi parte del Gruppo Colombini — insieme alla sorella Laura e ai cugini Massimiliano e Annalisa. Una seconda generazione di Bontempì per un'azienda «fondata 60 anni fa, nel 1963, da mio zio e mio padre, entrambi operai metalmeccanici», racconta Michele. Suo padre mise firma nell'arma dei carabinieri dopo il servizio militare, lo zio invece continuò a fare l'operaio per un'azienda, che lo mandò in Brianza per imparare l'uso di nuove presse.



La famiglia Bontempì dell'azienda familiare brianzola che oggi fa parte del Gruppo Colombini

tempi e in parte in collaborazione con qualche architetto locale. Prima solo per il territorio marchigiano, poi anche per Calabria e Basilicata, fino all'ascesa costante ed esponenziale sul territorio nazionale, che porta alla nascita della Bontempì negli

«Era l'epoca del boom del settore arredamento e quando lo zio tornò nel paese di origine, a Camerano, propose a papà di provarci. Affittarono un piccolo garage e iniziarono a costruire mobili, prima per i grandi brand del tempo, ma dopo 6 anni crearono il loro primo marchio». Le prime produzioni erano in parte disegnate dai due fratelli Bontempì e in parte in collaborazione con qualche architetto locale. Prima solo per il territorio marchigiano, poi anche per Calabria e Basilicata, fino all'ascesa costante ed esponenziale sul territorio nazionale, che porta alla nascita della Bontempì negli

anni 80 — racconta Michele —. È stata la svolta, da quel momento l'azienda si è aperta anche ai mercati esteri».

Con un'identità sempre più forte e la scelta di «creare oggetti che, oltre ad essere belli da vedere, possano anche rispecchiare la personalità di chi li compra, dando la possibilità di personalizzare le finiture dei prodotti in maniera molto trasversale». È un occhio privilegiato ai materiali, «soprattutto i metalli — conclude Michele — il nostro materiale principe, anche solo come dettaglio, perché rappresenta le origini metalmeccaniche dell'azienda: il nostro Dna». Durante la Design Week 2023 Bontempì inaugura il primo monomarca in Via Turati. Entro dicembre il secondo a Miami.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



EUROMOBIL

ITALY - CORSERA Spec. DESIGN - 4/18/2023 - Num.: 91 - Pag.: 11

Circulation: 262322

MARTEDÌ 18.04.2023

CORRIERE DELLA SERA

CORRIERE.IT

11

EDITORIALE

SOMMARIO

VIA SOLFERINO ENTRA NELLA FESTA DEL DESIGN



di ALESSANDRO CANNAVÒ

Fino all'ultimo minuto disponibile, il cortile del Corriere della Sera, come tutte le centinaia di altri luoghi teatro di installazioni sparse per la città, sono stati una fucina di camioncini, gru, saldatori che hanno lavorato per allestire il grande spettacolo del design. Uno spettacolo affascinante anche perché effimero: tutto svanisce dopo la festa. Per poi, oggi più che mai, essere riciclato in altre circostanze. Un po' come il destino di un quotidiano: ogni giorno si ricomincia da zero. Così è il Fuorisalone che contagia Milano ogni anno e che finalmente dopo tre stagioni torna a vivere nel suo alveo naturale di aprile, ambiente ideale anche e soprattutto per il Salone del Mobile dove si misura, stand dopo stand, la forza internazionale dell'Italia nel settore arredamento.

Ma tornando alla nostra sede, a via Solferino 28, la «casa delle notizie» sin dal 1904, far parte per la prima volta degli indirizzi da non perdere per il popolo del design, ci dà una particolare eccitazione. Il progetto di Corriere della Sera, Living e Abitare, è il naturale sbocco di un interesse per il mondo del design da parte della Res. Un interesse storico, costante e puntuale, come dimostrano i numeri speciali delle due riviste di settore e questi due speciali gratuiti che il

Corriere offre ai lettori con un'ampissima panoramica sulle aziende del settore ma anche con molte storie di personaggi e diversi spunti di riflessione sul mondo dell'abitare. L'allestimento dello studio Migliore-Servetto con due ascensori del Tempo immersivi e sensoriali, cui si aggiunge una proiezione multimediale sulla facciata dell'edificio storico progettato da Luca Beltrami, aiutano a smorzare quell'immagine senz'altro autorevole ma forse un po' austera che la sede del Corriere della Sera offre ai cittadini e permette anche ai visitatori stranieri di scoprire un luogo con una storia straordinaria. Lo dimostra anche il successo immediato, da «tutto esaurito» delle visite guidate nel palazzo: lo scalone storico con i ritratti di tutti i collaboratori più illustri, la sala Albertini con la boiserie e gli inserti in pelle nello stile del Times di Londra, le redazioni - laboratorio di una comunicazione moderna in prima linea nel mondo digitale e del social. Insomma, quel misto di tradizione e futuro che appartiene a un grande giornale ma che è anche la cifra vincente dei grandi marchi del design. Un senso di heritage e di innovazione che è proprio del Corriere della Sera. E per questa settimana la «casa delle notizie» è un posto aperto a tutti. Benvenuti.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

SOMMARIO

Una settimana da «gustare».....	13
Questo Salone ha dei numeri.....	15
Lisboni: finalmente mi concentro sul divano.....	16
Nendo: Non ho nessun altro interesse che il design.....	25
Una madia colorata nello spirito dei padri.....	30
Al lavoro come a una mostra.....	37
Flexform: questione di comunicazione.....	39
Poltrona Frau: cosa non si fa per questa poltrona.....	42
Roche Bobois: l'ottimismo secondo Joan.....	46
Fantoni: l'ufficio camaleonte.....	49
Visionnaire: siamo abituati a pensare in (molto) grande.....	50
Euromobil: un Gruppo dalle mille passioni.....	53
Boffi De Padova: una visione molto ampia della casa.....	53
Armani: eleganza en plein air.....	13
Controvento: insieme nel sistema design.....	60
Nel mondo di Lagerfeld.....	61
Dolce & Gabbana: in nome dell'artigianato.....	62
Dalla moda al design è sempre spettacolo.....	65
Missoni: quei ciambelloni nel segno della leggerezza.....	66
Il mondo di Dior merita una Médaille.....	67
Sanlorenzo: in quella installazione lo yacht di domani.....	68
Frascella: nelle trame della mobilità.....	71
Forme e linee di una mobilità avveniristica.....	72
Via Solferino protagonista con gli ascensori del tempo.....	74
Hyundai: la mobilità sostenibile.....	75
Venini: il vetro tra mistero e magia.....	79

L'INTERVENTO

Libertà-responsabilità, il binomio che ci dimentichiamo

«**A**l massimo di libertà deve corrispondere il massimo di responsabilità» affermava Timothy Leary, ricercatore di psicologia ad Harvard che venne dichiarato da Richard Nixon come «l'uomo più pericoloso d'America».

Il binomio libertà-responsabilità è più che mai attuale, e la sua corrispondenza sempre meno reale. Il cosiddetto occidentale civilizzato, gode di estrema libertà con gravi carenze di responsabilità; e viceversa il terzo mondo dei semplici produce moti di responsabilità nella più assoluta mancanza di libertà.

Quale ruolo può assumere un pro-



di FABIO NOVEMBRE

gettista in questo equilibrio perduto? Ogni azione umana va letta come un progetto, non esistono conseguenze senza premesse. La responsabilità è un effetto domino per cui anche soltanto la pressione di un tasto può innescare l'esplosione di una bomba.

Inutile far finta che non ci sia corrispondenza tra quella leggera pressione e le nefaste conseguenze che ne derivano, il senso di quella reazione a catena va compreso e interiorizzato. Produciamo quantità infinite di beni di ogni tipo legandone la durata ai capricci del nostro gusto e non al loro ciclo di vita. Abbiamo inconsapevolmente creato un'isola artificiale al centro dell'Oceano Pacifico, grande come



Una discarica di sedie a Bali, in Indonesia

tre volte la Francia, composta da rifiuti non biodegradabili. Facciamo un uso considerato di acqua parandoci dietro alibi quali l'igiene, il benessere, l'irrigazione, mentre ci sono intere popolazioni oppresse dalla sete. Inneghiamo alla vita negando la morte, ma invecchiamo inesorabilmente senza neanche più la voglia di riprodurci.

Edipo deve compiere il suo destino, lasciamo che i nostri figli si liberino dalla pesantezza accumulatrice che abbiamo spacciato come unico modello di sviluppo. La leggerezza dei sentimenti è l'antidoto per scongiurare la nostra estinzione, lo capiranno da soli.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

DESIGN
SUPPLEMENTO DELLA TESTATA
CORRIERE DELLA SERA

18 APRILE 2023

Direttore:
Luciano Fontana
Vicedirettore vicario:
Barbara Stefanelli
Vicedirettrici:
Daniela Manca
Venanzio Postiglione
Fioranza Saraceni
Giampaolo Tucci

Responsabili editoriali:
Alessandro Cannavò
(caposettore)
Roberta Scorrance
(caposervizio)
a cura di:
Silvia Nani
In redazione:
Marcello Parilli

Enrica Roddolo,
Monica Rolandi
Marco Virelli
Progetto grafico:
Michele Lovison
Art director: **Bruno Delfino**

RCS MEDIAGROUP S.P.A.
Sede legale: via Rizzoli, 8 - Milano
Registrazione: Tribunale di Milano n.139,
del 29 giugno 1948
Redazione e tipografia:
via Solferino, 28 - Milano, tel. 02-62821
© 2023 COPYRIGHT RCS MEDIAGROUP S.P.A.
Tutti i diritti sono riservati.

Nessuna parte di questo prodotto può essere riprodotta con mezzi grafici, meccanici, elettronici o digitali. Ogni violazione sarà perseguita a norma di legge.
Pubblicità:
CAIROCCIS MEDIA S.p.A.
Sede operativa:
Via Rizzoli, 8 - 20132 Milano
Tel. 02-25841
Fax 02-25846848 www.cairoccismedia.it



EUROMOBIL

ITALY - CORSERA Spec. DESIGN - 4/18/2023 - Num.: 91 - Pag.: 53

Circulation: 262322

MARTEDÌ 18.04.2023

CORRIERE DELLA SERA

CORRIERE.IT

53

AZIENDE

di ENRICA RODDOLO

Un'avventura partita da Treviso. E adesso appena approdata fino a Città del Messico. La famiglia Lucchetta ha fondato Euromobil cucine nel 1972, Zalf mobili nel 1974 e acquisito Désirée divani nel 1995, proponendo così mobili per la casa e il contract. «Per Gruppo Euromobil la parola chiave di questa nuova fase di sviluppo adesso è "il design che genera lo spazio", declinato nelle nuove collezioni di mobili e cucine timeless che diventano protagonisti nell'organizzazione spaziale degli ambienti — spiega Gaspare Lucchetta, amministratore delegato del Gruppo —. Il team Ricerca&Sviluppo è costantemente al lavoro per progettare prodotti e soluzioni innovative».

Adesso l'inaugurazione del flagship a Città del Messico. Partendo da Treviso. «Guardiamo sempre più al mercato estero, prevediamo ad esempio di inaugurare a maggio il prossimo Flagship Store di Gruppo a Riad, in Arabia Saudita — spiega Lucchetta —. Ci rivolgiamo a tutti i mercati, a partire da quello nazionale per arrivare ai mercati internazionali. Tra gli sbocchi di mercato in forte sviluppo c'è l'America Latina: lavoriamo con molta soddisfazione anche negli Stati Uniti e in Giappone, nel contempo stiamo mettendo buone basi nei mercati emergenti come Cina, Corea del Sud ed India. Tutto questo oltre al consolidato rapporto con il mercato europeo».

Dello stancio verso il mondo dell'arredo e design nel periodo pandemico con la riscoperta del valore della casa ha beneficiato anche il Gruppo Euromobil che «ha chiuso il 2022 a 70 milioni di fatturato. Il 2021 ha visto una crescita del 15%, mentre il 2022 del 29%, per un aumento totale del 35% nell'ultimo biennio».

E adesso tutto arriva con molte novità al Salone del Mobile a Milano. «Quest'anno Désirée presenta la prima collezione firmata da Tobia Scarpa, uno dei più importanti architetti e designer italiani, e dà il via ad una collaborazione che si prospetta essere ancor più eterogenea — continua l'ammi-

Euromobil allarga il raggio dei suoi mercati, arrivando fino a Città del Messico e puntando a Riad. E per il marchio Désirée aggiunge alle firme di design quella di Tobia Scarpa

Un Gruppo dalle mille passioni



Tavolo della collezione Désirée, la prima firmata da Tobia Scarpa, uno dei più importanti architetti e designer italiani

nistratore delegato —. La collezione 2023 di Désirée, rendendo omaggio alla propria intrinseca eterogeneità, verterà su quattro grandi firme di design che hanno collaborato insieme all'azienda dando vita a pezzi dal carattere unico: Setsu & Shinobu Ito, Jai Jalan, Marc Sadler, Matteo Thun & Antonio Rodriguez».

Pur mantenendo come proprio core business l'imbottito, Désirée ha scelto per quest'anno di conferire ai propri prodotti un accento differente. Il filo conduttore di questa collezione è il concetto di living.

Il Gruppo è attivo dall'arte allo sport, due passioni che hanno marciato di pari passo con il progetto industriale del gruppo. «Abbiamo sostenuto eventi artistici, culturali e sportivi con continuità. Probabilmente siamo riusciti a farlo perché tali sponsorizzazioni sono sempre nate dalle nostre passioni e le abbiamo vissute in prima persona al fianco di artisti e sportivi. L'arte, in particolare, apre la mente. Frequentare

artisti, conoscere il loro pensiero e sperimentare la loro creatività sono esercizi mentali che aiutano a capire meglio il mondo in cui viviamo, a prevederne l'evoluzione», nota Lucchetta.

Se ci si orienta all'arte facendola entrare in azienda, si crea un circolo virtuoso di contaminazione, in una mescolanza continua tra stimolo e azione. «Tutti i mestieri e tutte le discipline possono godere di questa "musa" ispiratrice per esprimersi al meglio, perché le forme d'arte sono alla base di tantissime attività, non solo quelle apparentemente più vicine — conclude l'amministratore delegato —. Certamente il design, che rispetto all'arte deve avere in sé l'aspetto della funzionalità, le è molto affine, quindi per Gruppo Euromobil è una commistione naturale. Il progetto per il futuro? Continuare a sostenere tutte queste attività che, oggi più che mai, hanno bisogno di pervadere la società portando nuova energia vitale».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

LA COLLEZIONE

L'omaggio a quattro designer

La collezione 2023 di Désirée, rendendo omaggio alla propria intrinseca eterogeneità, verterà su quattro grandi designer che hanno collaborato insieme all'azienda dando vita a pezzi dal carattere unico: Setsu & Shinobu Ito, Jai Jalan, Marc Sadler, Matteo Thun & Antonio Rodriguez. Un mix di talenti del design capaci di tradurre in linee contemporanee la storia del Gruppo, proponendo ai consumatori oggetti funzionali e di grande valenza estetica.

Il ceo Lucchetta: «Sosteniamo lo sport e l'arte. Frequentare artisti aiuta a capire meglio il mondo in cui viviamo»

BONTEMPI

«Figli del boom, i nostri mobili con un'identità metalmeccanica»

di ORNELLA SGROI

«La storia della Bontempì è la storia dell'imprenditoria italiana del dopoguerra». Sorride Michele Bontempì, classe 1975, alla guida dell'azienda familiare — oggi parte del Gruppo Colombini — insieme alla sorella Laura e ai cugini Massimiliano e Annalisa. Una seconda generazione di Bontempì per un'azienda «fondata 60 anni fa, nel 1963, da mio zio e mio padre, entrambi operai metalmeccanici», racconta Michele. Suo padre mise firma nell'arma dei carabinieri dopo il servizio militare, lo zio invece continuò a fare l'operaio per un'azienda, che lo mandò in Brianza per imparare l'uso di nuove presse.



La famiglia Bontempì dell'azienda familiare brianzola che oggi fa parte del Gruppo Colombini

tempi e in parte in collaborazione con qualche architetto locale. Prima solo per il territorio marchigiano, poi anche per Calabria e Basilicata, fino all'ascesa costante ed esponenziale sul territorio nazionale, che porta alla nascita della Bontempì negli

«Era l'epoca del boom del settore arredamento e quando lo zio tornò nel paese di origine, a Camerano, propose a papà di provarci. Affittarono un piccolo garage e iniziarono a costruire mobili, prima per i grandi brand del tempo, ma dopo 6 anni crearono il loro primo marchio». Le prime produzioni erano in parte disegnate dai due fratelli Bontempì e in parte in collaborazione con qualche architetto locale. Prima solo per il territorio marchigiano, poi anche per Calabria e Basilicata, fino all'ascesa costante ed esponenziale sul territorio nazionale, che porta alla nascita della Bontempì negli

anni 80 — racconta Michele —. È stata la svolta, da quel momento l'azienda si è aperta anche ai mercati esteri».

Con un'identità sempre più forte e la scelta di «creare oggetti che, oltre ad essere belli da vedere, possano anche rispecchiare la personalità di chi li compra, dando la possibilità di personalizzare le finiture dei prodotti in maniera molto trasversale». È un occhio privilegiato ai materiali, «soprattutto i metalli — conclude Michele — il nostro materiale principe, anche solo come dettaglio, perché rappresenta le origini metalmeccaniche dell'azienda: il nostro Dna». Durante la Design Week 2023 Bontempì inaugura il primo monomarca in Via Turati. Entro dicembre il secondo a Miami.

© RIPRODUZIONE RISERVATA