

DIC'08/GEN'09 12

LAZZARINI PICKERING
RITMONIO
MENEGHELLI-PAOLELLI
GARDESA
H-DESIGN
ROMARCHITETTURA
EMOTIONAL HOUSE

INTERIORDESIGNMAGAZINE
livingROOMS

IL DESIGN DELLA **CAPITALE**

FREEPRESS





12 - DIC. 08/GEN. 09
Pubblicazione mensile **freepress**

Colophon

Direttore responsabile

Antonia Marmo

Direttore creativo

Stefano Gangli / SignDesign

Progetto grafico

Sara Sicuro / SignDesign

Redazione

Valentina Gramiccia / Barbara Durante / Daniela Di Chianti
Andrea Carvelli / Adriano Sarti / Madia Mauro

Impaginazione

Mauro Moretti / Andrea Berry Oppizio

Photo Editor

Pepe Tortora / Antonio Cama

Tendenze

Giorgio Tartaro

Interior Area/Lab

Pentastudio architetti associati

Vintage

Valentina Gramiccia

Redazione e pubblicità

SignDesign - V.le Regina Margherita, 302 - 00198 Roma
www.livingroome.it - adv@livingroome.it

Diritti

© Copyright 2008. Testi, fotografie e disegni contenuti in questo numero non possono essere riprodotti, neppure parzialmente, senza l'autorizzazione dei rispettivi titolari dei diritti.

Copertina

GARDESA **Theta design** Daniele Caputo, Ettore Giordano,
Cristina Nardi, Enrico Casaroli

Stampa

Telligraf

Copertina - carta Gardamatt g. 250, plastificazione opaca
Interni - carta Gardamatt Satin g. 150

Editor

GangliCom Sas

Registrato presso il Tribunale di Roma n. 482/2007

concept e realizzazione



signdesign | immagine e comunicazione

LivingRoom la puoi trovare in tutta Roma in ogni luogo che abbia a che fare con il design

SU LIVINGROOME

Valentina Gramiccia Storica dell'arte, coltiva la passione per il design e le arti visive. Ha collaborato con note gallerie d'arte romane. È coautrice de "La Nuova Scuola Romana. I sei artisti di via degli Ausoni". Ha lavorato per Editori Riuniti, Meltemi Editore e presso la Immocom Italia. Collabora, oltre che con Livingroome, con Insideart e la Galleria Hybrida Contemporanea di Roma.

Elio Rosato fotografo. Dopo gli studi (IED), comincia a lavorare nel campo della pubblicità e della moda. Parallelamente porta avanti un discorso di ricerca personale di fotografia d'architettura e design. Ha già pubblicato diversi lavori su Fefè, Fashion Files e Kult Magazine.

Pepe Tortora fotografo, lavora da tre anni per il dipartimento di fotografia IED di Roma. Collabora con varie riviste nazionali ed internazionali con servizi di moda e architettura. Ha lavorato per il cinema come fotografo e direttore della fotografia. Ha esposto presso il complesso Vittoriano, Auditorium di Roma e MAXXI.

Antonio Cama fotografo, pubblica in diverse riviste del settore, si occupa di moda architettura pubblicità e still life. Attualmente assistente dei laboratori fotografici presso lo IED di Roma, città, dove vive e lavora.

Madia Mauro vive e lavora a Roma, dove collabora con realtà che operano nel settore culturale, occupandosi dell'organizzazione di eventi, della realizzazione e gestione dei principali strumenti di comunicazione e dei rapporti con la stampa a livello sia redazionale che pubblicitario. Svolge inoltre attività di pubbliche relazioni per enti e aziende.



08

LAZZARINI PICKERING
CONTEMPORANEO SITE-SPECIFIC



17

RUBINETTERIE RITMONIO
I PERCORSI DELL'ACQUA



30

MENEGHELLI - PAOLELLI
PROGETTI IN FORMA

TENDENZE 6 DESIGNER 25 GALLERY 42 TECNICHE ARREDO 53 SHOWROOME 58 VINTAGE 88 LAB 91



35

H-DESIGN
LIGHT CONDENSED



67

PREMIO ROMARCHITETTURA
PREMIO INARCH



72

SPAZIO PER TUTTI I SENSI
SALA DEGUSTAZIONE FRATELLI CAVALIERI



82

EMOTIONAL HOUSE
DESIGN E ARTE

2 CHIACCHIERE CON **MENEGHELLO - PAOLELLI**

PROGETTI IN FORMA

Intervista di **Barbara Durante**



Sandro Meneghello e Marco Paoletti, entrambi classe 1979, si sono laureati con lode al Politecnico di Milano, Facoltà del Design, nel 2004, sotto la guida di Roberto Palomba e Paolo Rizzatto. Dal 2005 collaborano con diverse aziende italiane ed estere, tra cui Antonio Lupi, ArtCeram, Hidra e Kreaty. La loro attività spazia dalla progettazione del prodotto alla sua comunicazione, nonché all'ideazione di stand per le fiere e di corner espositivi, con l'obiettivo di coordinare tutti gli strumenti che le aziende dispongono per comunicare in maniera univoca la loro identità. Attraverso collaborazioni e partnership lo studio fornisce un servizio completo che va dalla ricerca al concept, dall'ingegnerizzazione alla comunicazione. I loro prodotti sono stati esposti in diverse fiere e mostre internazionali: da New York a Las Vegas, Shanghai, Mumbai, Berlino, Londra, Dubai, Milano, Parigi, Roma, Valencia, Francoforte e Mosca. "La Fontana", sistema colonna d'arredo bagno, è stata selezionata per l'I.DoT 2006/2007, una mostra itinerante che promuove i migliori prodotti del design italiano contemporaneo in tutto il mondo.

Salve Sandro e Marco, benvenuti su Livingroome.

Entrambi classe 1979, se doveste descrivervi sinteticamente, cosa direste?

Alti, belli, occhi azzurri... 0275778718, orario ufficio!!!!

A parte gli scherzi, ci sentiamo due giovani Industrial designer che cercano di farsi strada in un mondo pieno di pezzi grossi! Abbiamo i piedi per terra e crediamo in quello che facciamo, e un passo alla volta ci godiamo il nostro lavoro e ci ricaviamo i nostri spazi.

Avete intrapreso molto presto l'attività in proprio, com'è nato il vostro studio e la collaborazione con aziende come Treaccani Contract, Antonio Lupi, ArtCeram, Hidra e Kreaty ?

Abbiamo iniziato a collaborare insieme un po' per caso, il tutto è stato quasi dettato da una situazione congiunturale. Per un periodo della nostra vita abbiamo condiviso lo stesso appartamento e voilà... il primo progetto è stato realizzato! Entrambi abbiamo avuto lo stesso percorso formativo, quindi laureati al Politecnico di Milano con Palomba e Rizzatto. Alcune aziende ci hanno concesso una chance, e così abbiamo subito iniziato a lavorare duramente insieme tentando di focalizzarci sul corretto modo di progettare, quindi realizzando sin dall'inizio qualche cosa che andasse oltre il mero concetto di prodotto. Le aziende non amano affidarsi

a progettisti under 30, per questo siamo molto fieri di quanto fatto in questi anni.

Quali sono state le difficoltà maggiori che avete incontrato? Diciamo sempre che la difficoltà maggiore è stata quella di trovarsi nel ruolo di imprenditori e di re-interpretarsi come tali. Intraprendere un'attività in proprio, qualunque essa sia, comporta delle funzioni organizzative e amministrative con le quali non avevamo dimestichezza. Un bravo designer non è automaticamente un bravo "imprenditore", ma per intraprendere la libera professione con successo bisogna avere entrambe le caratteristiche.

Si fa un gran parlare di creatività, pensate ci siano oggi gli stimoli adatti e qual'è secondo voi lo scopo di un designer?

Crediamo fortemente che la figura del disegnatore industriale sia una figura sempre più accostabile a quella dell'imprenditore piuttosto che a quella di un creativo puro. La nostra professione è a metà tra quella del creativo e quella del consulente/commerciale, in quanto da un lato si deve attingere per la progettazione, e dall'altro per capire se un prodotto è corretto sia dal punto di vista del mercato che dell'azienda. Il progetto e il suo successo sono strettamente legati alle esigenze dell'azienda in un determinato momento e in tal senso il punto di vista del mercato e del marketing è essenziale e permette di individuare la sfera entro cui i progettisti possono intervenire.

D'altro canto la nostra figura deve apportare innovazione e per quanto possibile educare la azienda in termini di gusto, di estetica e di corretta progettazione.

La nostra generazione di progettisti porta inoltre con se la

A4 Tavolo, disponibile nelle versioni chiaro e fumè, con le gambe cromate o verniciate in vari colori, per Kreaty.



La Fontana_Sistema di lavabi, per Artceram.
Miss_Lavabi a colonna, per Hidra.



consapevolezza dei "limiti": i limiti del prodotto, del mercato, del sistema di sviluppo, delle risorse, dello spazio. Coscienti di ciò si dovrebbe convertire l'approccio basato sull'idea dell'accesso illimitato alle risorse in un approccio più consapevole e responsabile che concerne il comportamento dell'uomo e del suo stile di vita.

Quali sono secondo voi, i settori in cui si nota maggiormente la carenza dell'intervento del designer?

In un modo o nell'altro quasi in tutti i settori merceologici è entrato e viene riconosciuto il ruolo del industrial design; tuttavia siamo dell'avviso che una macro area dove sia ancora necessario intervenire sia quella dell'ambiente pubblico. Progettare per gli ambienti pubblici permette di parlare a tutte le persone, non solo a quelle che comprano un prodotto e quindi che se lo possono permettere. La fruizione non è legata all'acquisto e l'utenza è molto variegata e si trova ad usare un prodotto senza averlo scelto. Questi sono dei limiti e degli stimoli interessanti.

Da cosa dipende la scelta dei nomi (Hall e Sharp..) e dei materiali (Icetek Light piuttosto che ceramica)?

I nomi dei progetti derivano quasi sempre da fattori di modellazione. Ossia ogni prodotto è frutto di un processo di modellazione che lo caratterizza più dell'altro. Da qui associamo il progetto ad una sensazione, tipo Sharp che è fred-

do e tagliente, o A4 per i riferimenti ai fogli di carta, spoon per il catino che assomiglia ad un cucchiaino e così via! Per quanto concerne la scelta del materiale i fattori sono molteplici, si tratta di fattibilità, di costi, di materiali commercializzati o prodotti internamente, dalle tendenze del periodo e tanti altri fattori.

Il tavolo A4, La linea Parisienne, da dove avete preso ispirazione?

Il tavolo A4 nasce dall'osservazione del foglio, dall'interazione con esso, dalla possibilità di tagliarlo e piegarlo. Il punto più importante del progetto è la gamba, che è appunto metafora di un foglio A4 tagliato e piegato. Il programma La Parisienne invece affonda le sue radici nei primi anni del Novecento in Francia, nel periodo storico ed artistico dell'Art Nouveau. Il progetto è una chiara trasposizione temporale dell'Art Nouveau nel nuovo secolo attraverso una tipica operazione meccanica del mondo industriale e seriale, quale l'estrusione. Ricerca del motivo, relativa stesura bidimensionale e successiva estrusione: questa è l'anima di tutto il programma La Parisienne.

Quale dei vostri progetti vi ha dato più soddisfazione?

Siamo molto legati al programma La Fontana, che per noi è stato una sorta di debutto in società! Ci ha consentito di farci conoscere e soprattutto è stato il

nostro primo progetto ad aver avuto ben 3 cloni cinesi! Oltre alla Fontana siamo rimasti molto soddisfatti del tavolo A4, in quanto ci siamo resi conto che da una attenta osservazione delle cose quotidiane (per l'appunto un foglio A4), può nascere veramente un bel progetto.

Di cosa vi state occupando in questo momento? Potete anticiparci qualcosa?

Per ben tre anni abbiamo fatto dell'ambiente bagno il nostro core business. Questa scelta ci è sembrata doverosa e corretta, in quanto come giovani designer imprenditori abbiamo lavorato sulla nostra crescita professionale. Dal 2008 abbiamo allargato gli orizzonti, spaziando dall'arredo bagno al furniture design alla comunicazione aziendale sia in Italia che all'estero.

Per il 2009 stiamo continuando le collaborazioni stabili con le aziende per le quali progettiamo, quindi tre nuove serie di ceramica sanitaria, nuove collezioni di arredo bagno e soprattutto ci stiamo avvicinando al mondo della rubinetteria. Dal fronte furniture abbiamo la fortuna di partecipare a due nuovi progetti aziendali che ci consentiranno di lavorare a tutto tondo, dal prodotto alla comunicazione alla brand strategy. Molto importante è la continuità accordataci da Kreaty, iniziata con il tavolo A4 e che culminerà al salone del mobile con due nuovi tavoli, sedute e libreria.

Un sito internet, un blog, sembrano questi i nuovi canali di comunicazione per entrare in contatto con le persone e/o ricevere suggerimenti, cosa ne pensate?

Siamo assolutamente concordi! Il nostro lavoro è un insieme di ricerca di materiali, di foto, di idee e di sensazioni; di qualsiasi cosa che dia lo spunto per partire.

In tal senso i blog hanno una importanza vitale, quasi maggiore delle più ben note riviste patinate. I blog sono fonti di idee, mentre le riviste sono fonti di prodotti; per questo si pongono su due livelli distinti. D'altro canto il contenuto di un blog va sempre scremato e analizzato, poiché in quanto tale è alla mercé di tutti, quindi addetti ai lavori e non, competenti e non. La rivista fa uno screening di partenza, quindi il materiale a disposizione e qualitativamente migliore. Entrambi gli strumenti sono molto validi, bisogna solo non abusare dell'uno e dell'altro.

Per concludere questo piacevole incontro, cosa ne pensate di iniziative come Livingroome?

Il fenomeno delle free press sembrava fosse una bolla di sapone iniziata negli anni '90 e destinata a finire ben presto. Beh qui anni 90 sono terminati e siamo a qui a scrivere per una free-press, per giunta patinata e di design, quindi diremmo che non si possa parlare di fenomeno passeggero. La nostra base operativa è Milano, ma vuoi per le aziende con le quali lavoriamo, per la provenienza del 50% del nostro studio, ci sentiamo un po' romani per adozione, e non ci può che far piacere collaborare con la prima rivista free-press di architettura e design della capitale. In un certo senso possiamo affermare che una free-press è accostabile ad un blog, e quello che riscontriamo è che molti blog sono pieni di spazzatura. In questo caso l'accostamento è inappropriato in quanto livingroome è a tutti gli effetti una rivista seria da tutti i punti di vista, dai contenuti all'impaginazione alla comunicazione; il tutto in una città importante che spesso viene sottovalutata in fatto di Design.

www.meneghellopaolelli.com

Slim_Tavolo, disponibile in diversi colori, per Kreaty.

