

[MARCHI E MERCATI]



**Emozioni di luce al chiaro di luna**

Si chiama "Chiari di luna" l'edizione limitata di Vetreria Vistosi, azienda storica veneziana che è protagonista nel settore dell'illuminazione decorativa, realizzata con Morellato brand italiano nella gioielleria.



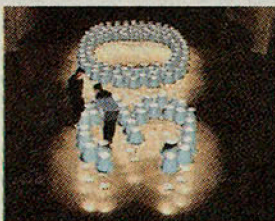
**La qualità arriva senza colonizzare**

Silent Field, design Carlotta de Bevilacqua per Artemide, vuole restituire qualità ambientale senza colonizzare lo spazio, con un sistema di relazione tra isole di territorialità acustica e luminosa.



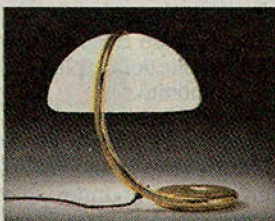
**Il compleanno si fa in Triennale**

Foscarini celebra il 25° anniversario dalla nascita di Lumiere con una mostra, curata da Michele Calzavara ed Elisa Ossino e aperta fino al 30 aprile, negli spazi della Triennale di Milano.



**I primi 30 anni sotto la lampada**

Luceplan celebra il 30° anniversario della lampada Costanza al Salone del Mobile. Ma è solo l'inizio di una serie di eventi per festeggiare la lampada disegnata nel 1986 da Paolo Rizzato.



**Il serpente diventa d'oro**

Martinelli Luce presenta l'edizione limitata di Serpente, per festeggiare i primi 50 anni. È la versione, realizzata in oro in 100 esemplari, della lampada disegnata nel 1965 da Elio Martinelli.

[FOCUS]

**Marta Ferri il debutto con Molteni**

Un giovane talento della moda debutta nel mondo del design. La stilista emergente Marta Ferri lancia in esclusiva per il concept store Luisaviaroma la capsule collection 'Sky-Line' realizzata per Molteni, una storica azienda di design che comprende quattro società satellite: Molteni&C, Unifor, Citterio e Dada. Una realtà oggi presente in oltre 80 paesi del mondo con 40 store monomarca. La collezione di design di Marta Ferri by Molteni è destinata alla vendita online a partire dal 12 aprile in esclusiva per il portale di e-shopping Luisaviaroma.com. Accanto alla collezione tessile "Materia", che trae ispirazione dal mondo della natura e che Molteni&C presenta al Salone del Mobile, nasce "Sky-Line", una stampa digitale che si ispira ai grattacieli di New York, dove Marta ha vissuto, città protagonista della nuova collezione venduta. La nuova stampa rivestirà Glove, la sedia disegnata da Patricia Urquiola e uno dei best seller di Molteni&C, una struttura tecnologica, accoppiata a strategiche imbottiture e messa in tensione da una leggera struttura metallica. Per il lancio della capsule collection sono stati realizzati degli scatti con la modella Yana Dobrolyubova uno dei nuovi volti della moda. (e.m.a.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

[FLASH]

**Lema apre a Taipei e lancia l'assalto al mercato dell'Est**

Lema punta sul Far East, mercato vasto e ideale per progetti di alto profilo. Dopo l'apertura dello scorso anno a Taichung, l'azienda di design e arredamento prosegue il suo percorso espansionistico in Oriente con un nuovo flagship store nella città di Taipei, capitale di Taiwan. Inaugurato in collaborazione con il partner Wise Duke, lo spazio segue le altre recenti inaugurazioni di Londra, Taiwan, Miami, Pechino, Tokyo e Melbourne confermando la volontà aziendale di aprirsi sempre di più ai mercati internazionali, diffondendo ovunque i valori di qualità del Made in Italy. Intanto l'azienda anticipa che a maggio sarà inaugurato un imponente monomarca di oltre 1000 metri quadrati in Cina a Shenzhen. Shenzhen sarà un centro strategico sia per la vicinanza a Hong Kong sia per le possibilità che offre di diventare testa di ponte per una penetrazione di Lema nelle regioni più interne dell'ex celeste Impero. Quello di Shenzhen sarà anche il più grande negozio di Lema al mondo, e sarà aperto in collaborazione con un partner locale votato a importanti progetti immobiliari per la costruzione di complessi residenziali di lusso. Prossimamente saranno rinnovati anche gli spazi di Singapore e Manila. (e.m.a.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

**Visionnaire, più "rigore" per l'export**

IL BRAND GUIDATO DA LEOPOLD CAVALLI SI È CONTRADDISTINTO NEGLI ANNI PER UNO STILE "LUSSUOSO E IMMAGINIFICO". MA ORA VUOL CAMBIARE MARCIA PER DIVENTARE ANCORA PIÙ COMPETITIVO CON I CLIENTI "SOBRI" IN EUROPA E USA

Enrico Maria Albamonte

Milano

«Non abbiamo mai avuto paura di osare con uno stile lussuoso e immaginifico, ma ora Visionnaire si sta evolvendo verso un design più rigoroso, pur se ancora ricercato, che punta ad attrarre i mercati maturi come Europa e Stati Uniti dove la sobrietà fa la differenza e dove anche i nuovi ricchi di Russia Cina e Medio Oriente stanno spostando i loro investimenti immobiliari».

Ha le idee chiare sul futuro della sua azienda Leopold Cavalli, amministratore delegato di Ipe (acronimo di imbottiture prodotti espansi). La società di arredamento di Zola Predosa (Bologna) è nata nel segno dell'innovazione nel 1959, quando ancora il poliuretano non si usava per divani e poltrone ma solo per i sedili delle automobili Lancia. Negli anni '80 suo padre Luigi avvia l'internazionalizzazione della società e proprio in quel periodo, fresco di laurea in economia e commercio, Leopold entra in azienda fino ad assumere nel 2000 la carica di amministratore delegato. Nel

2014 il 65% delle quote aziendali è stato acquisito dal fondo di Private Equity Ergon Capital Partners «il nostro compagno di viaggio verso la crescita futura» come lo definisce Cavalli. Il fondo fa capo a una società quotata alla borsa di Bruxelles, la Gbl (Gruppo Bruxelles Lambert) guidata dal barone Albert Frère che vanta investimenti attivi in Europa superiori ai 10 miliardi di euro.

«Da quando abbiamo lanciato Visionnaire nel 2005 fino a oggi siamo riusciti a conquistare il consenso di un pubblico amante dell'opulenza più sfrenata in paesi come la Russia, la Cina e il Medio ed Estremo Oriente che da soli oggi costituiscono l'80% del nostro giro d'affari, quest'ultimo pari nel 2015 a quasi 40 milioni (37 milioni di euro per l'esattezza) con una previsione di totalizzare 44 milioni di euro entro la fine dell'esercizio in corso». L'obiettivo del marchio a medio periodo è raddoppiare l'attuale giro d'affari, arrivando a sfiorare i 100 milioni di euro grazie anche a un programma di sviluppo retail che partendo dai 19 monomarca aperti finora (dei quali 3, i 2 di Milano e quello di Bologna sono di proprietà dell'azienda) si prefigge di tagliare il traguardo dei 40 negozi entro la prossima decade.

Altre venti boutique quindi oltre a quelle già aperte nel vecchio bengodi dei nuovi ricchi apriranno i battenti nelle capitali del traffico

finanziario internazionale dove è più attivo il business immobiliare di alto profilo. «Non bisogna affrettare la crescita e in questo l'ingresso del fondo ci fornisce il supporto necessario in termini strategici e di impostazione manageriale anche se continuiamo a mantenere la massima autonomia quanto al finanziamento del nostro sviluppo», spiega Cavalli. E aggiunge: «Ora siamo a un giro di boa: Visionnaire è un brand ancora giovanissimo ma ha già un'identità molto riconoscibile che intendiamo ampliare e sviluppare per un pubblico più vasto». Una clientela che ama i toni discreti di un lusso più sobrio e che sa apprezzare le sontuose strutture di una dimora negli Hamptons ma anche il nitore rigoroso e la ricerca materica delle nuove proposte del brand super glamour.

Fra le ultime chicche in arrivo al Salone del Mobile di Milano spicca la poltroncina Sunny realizzata con un materiale ecosostenibile, il materiko, di cui Visionnaire ha ottenuto l'esclusiva per lo sfruttamento nel campo dell'arredamento di tendenza. «È una resina speciale completamente riciclabile che viene fabbricata industrialmente prescindendo dagli scarti del petrolio come il carbone e dall'acqua: nel futuro la sensibilità all'ambiente sarà un fattore trainante del nostro successo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Qui sopra Leopold Cavalli, amm. del. di Ipe

[ACCESSORI]



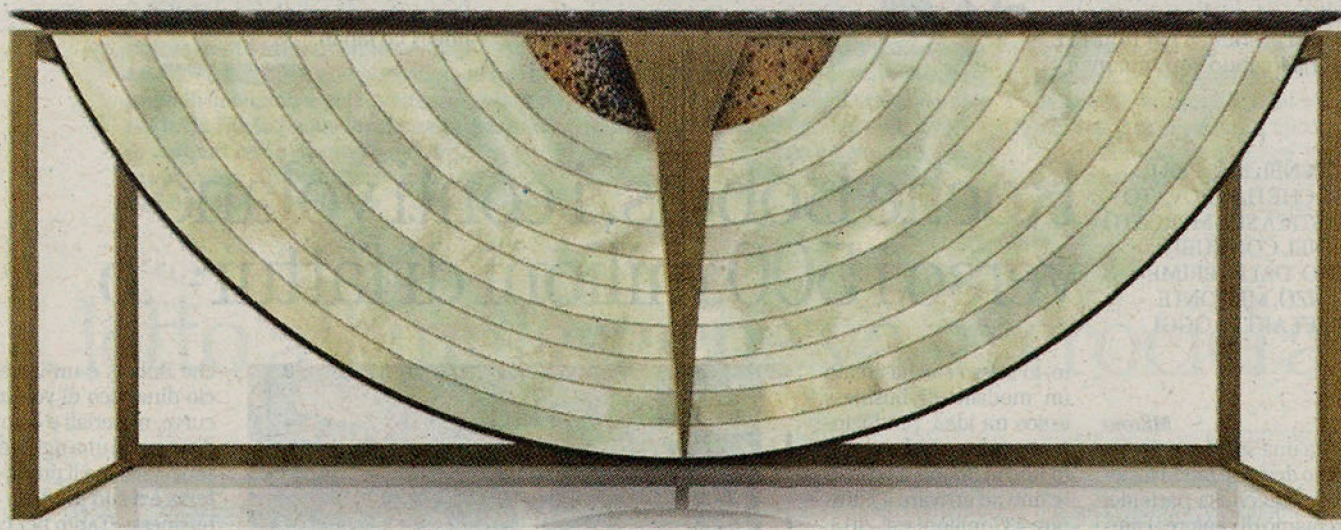
**Poltrona Frau la libreria è "variabile"**

Jean-Marie Massaud ha progettato Lloyd, un sistema di contenitori e librerie a geometria variabile color piombo firmati Poltrona Frau. Qui la tecnologia incontra i materiali della tradizione, legno e cuoio, per dare vita a una struttura solida ed essenziale. Sottili bacchette di legno verticali formano griglie leggere, che scorrono per tutta la lunghezza su invisibili binari orizzontali.



**Minotti è più sexy con il sistema di sedute Seymour**

Pur nel suo rigore formale il progetto di design di sedute Seymour disegnate da Rodolfo Dordoni per Minotti evoca un'ideale femminile di morbida accoglienza e di sensuale eleganza. Il sistema di sedute Seymour si compone di arredi lineari e curvi caratterizzati da un cuscino unico, ai quali vengono associati schienali schiumati in due altezze.



[TEMPO AL TEMPO]

**Eco-Drive con Citizen la carica solare fa 40 anni**

Micol Bozino Resmini

Gli basta essere esposto a una qualunque fonte di luce — naturale o artificiale — perché un modello Eco-Drive si ricarichi: un gesto davvero semplice con il quale Citizen ha messo in chiaro quale sarebbe stato a suo avviso il futuro dell'orologeria. Una rivoluzione, quella che elimina la necessità di sostituire la batteria grazie all'utilizzo di una risorsa naturale rinnovabile, che appare perfettamente in linea con lo spirito del nostro tempo ma che la casa giapponese ha realizzato ben 40 anni fa riuscendo ad ottenere, prima nell'industria delle lancette, la certificazione di prodotto Eco Mark, che garantisce l'attenzione alle



problematiche ambientali. Per festeggiare questo importante anniversario, la maison presenta il nuovo Eco Drive One (nella foto, costa 2.000 euro circa), ovvero l'orologio a carica luce più sottile al mondo: la cassa da 39,8 mm in acciaio inossidabile con ghiera in cermet è infatti alta solo 2,98 mm e protegge un movimento di 1,00 mm di spessore. Un risultato ottenuto ridisegnando quasi ogni parte del calibro e la struttura dei componenti e che ha portato a migliorare la tecnologia Eco-Drive fino ad ottenere una riserva di carica di 10 mesi e una tolleranza mensile di  $\pm 15$  secondi.

© RIPRODUZIONE RISERVATA