

PAMBIANCO WEEK

NUMERI, FATTI E PROTAGONISTI DELLA MODA E L

I SALONI 2012
A Milano il design
dà forma al futuro



FOCUS DESIGN
La royalty non è più di moda

INCHIESTA
Korea attacks!

LIFESTYLE
Ciclo rivincita

Design italiano - In caso di mancato receipt inviare al CNCD di Padova per la restituzione di quanto pagato per il presente giornale post. Anno VIII - N. 119 - 3 maggio 2012 - 5 Euro



Guftram, rinascere a 60 anni

Nel 2012 Guftram ritorna a vivere, nel colore originario verde, e vola verso la sua ritrovata dimensione di brand iconico del made in Italy. Tutto questo grazie a Sandra Vezza, imprenditrice piemontese del settore alimentare e appassionata di design, che ha acquisito nel novembre 2011 dal Gruppo Poltrona Frau il marchio, con la volontà di svilupparne le potenzialità a livello globale. "Sono collezionista di pezzi Guftram da sempre - ci racconta Sandra Vezza - e per il suo rilancio ho deciso di avviare un ambizioso piano che prevede il recupero dei valori del brand, attraverso una nuova strategia commerciale e di comunicazione e la produzione dei prodotti icona simbolo del design Pop". Il rilancio del marchio ha preso il via con la partecipazione al Salone del Mobile di quest'anno con uno spazio espositivo in fiera che ha ospitato la riedizione di diversi pezzi storici del marchio, tra i quali l'iconico Cactus, realizzato in collaborazione con i designer Drocco e Mello, da tempo partner creativi del brand. "In seguito - prosegue l'imprenditrice - organizzeremo eventi di presentazione all'estero, nei principali mercati d'interesse per l'azienda. Il nuovo

percorso prevede, inoltre, la valorizzazione del legame col territorio in cui ha sede l'azienda, a Barolo in Piemonte, regione dove Guftram è nata nel 1952 e dove torna per ritrovare nuova forza e affrontare il percorso di sviluppo a livello internazionale". La strategia di rilancio della Vezza vedrà le proposte di arredo del marchio uscire dall'ambito museale e da collezionisti per aprirsi al mercato.



Sandra Vezza



Allestimento Guftram al Salone del Mobile 2012

MINOTTI CUCINE, DESIGN IN ACTION

Ha riunito personalità del design, dell'architettura, della moda e della comunicazione, per una buona causa: disegnare una cucina da devolvere all'orfanotrofio



Mimesi

di Sefforis a Nazareth. Stiamo parlando di Minotti Cucine che al Fuorisalone ha stupito tutti con l'evento 'Design in action'. "È stata una vera e propria gara - ci racconta orgoglioso l'AD Gastone Pagot - che ha visto 'scontrarsi' diversi team con l'obiettivo di ideare e disegnare un nuovo modello di cucina. La proposta vincitrice, eletta da una giuria di professionisti composta da architetti e imprenditori del settore cucine ed elettrodomestici, è stata realizzata da Minotti e devoluta all'orfanotrofio grazie al contributo di sponsor come Gaggenau (brand di elettrodomestici alto di gamma del gruppo Bosch), Tabu attivo nei legni, Bloom nella ferramenta e Ossicolor negli allumini.

Dopo aver chiuso il 2011, anno della ripartenza dell'azienda dopo l'acquisizione da parte del fondo Opera, poco sotto i 5 milioni di euro, "per il 2012 - ci spiega

Pagot - l'azienda ambisce a raggiungere i 10 milioni e mette in campo tanti progetti, a partire dal debutto nelle cucine da esterni. "Porteremo la gente a cucinare in giardino", chiosa l'AD. "Stiamo sperimentando anche sul fronte dei materiali: siamo nati facendo le cucine in pietra, l'anno scorso abbiamo lanciato le cucine in legno e quest'anno sperimentiamo il metallo. Per differenziarci dagli altri abbiamo scelto materiali poco sfruttati come il rame, l'alluminio pennellato e l'ottone. Non paghi, abbiamo deciso di ampliarci al settore bagno, perché il nostro mercato, che è legato alla progettazione di ambienti, ci chiede spesso di progettare anche l'area bagno". Inoltre, saranno inaugurati nuovi showroom a Hong Kong, Taiwan, Shanghai "e stiamo pensando anche a Brasile, Filippine e Australia dove ancora non siamo presenti".