

INFORME

ÁREA HÁBITAT MILÁN 2022

Por Olga Guidoni

La normalidad conquistada



Square Chair. Jonathan Olivares. Moroso

ÍNDICE

P. 3	Habitar la casa
P. 3	<i>Almendra</i> . Patricia Urquiola. Flos
P. 4	La versatilidad doméstica
P. 4	<i>Quaderna</i> . Superstudio. Zanotta
P. 5	Confianza en el diseño ecosensato
P. 5	<i>Goz</i> . Kengo Kuma. GAN
P. 6	<i>Kaori y Brera</i> . Jean-Marie Massaud. Poliform
P. 7	<i>Panton Chair</i> . Verner Panton. Vitra
P. 7	<i>Square Chair</i> . Jonathan Olivares. Moroso
P. 8	<i>Soft Corners</i> . Linde Freya Tangelder. Cassina
P. 8	<i>Cactus</i> . Gufram
P. 9	Entrevista Roberto Gavazzi. CEO de Boffi De Padova
P. 11	<i>Almayer, Andon y Erei Zone</i> . De Padova
P. 12	Entrevista Matteo Galimberti. CEO de Flexform
P. 14	<i>Eliseo Poltrona</i> . Elisa Ossino. Flexform
P. 15	Entrevista Monica Pedrali. CEO de Pedrali
P. 17	<i>Nolita Sofa y Panarea</i> . CPM Design. Pedrali
P. 18	Entrevista Renato Minotti. Co-CEO de Minotti
P. 20	<i>Belt Outdoor</i> . Rodolfo Dordoni. Minotti
P. 21	Entrevista. Davide Malberti. CEO de Rimadesio
P. 23	<i>Aliante y Cover Freestanding</i> . Rimadesio

Habitar la casa

La casa se ha convertido en un espacio en transición. Su mutabilidad responde, en gran parte, al contexto pandémico que en estos últimos años hemos atravesado de manera abrupta. Es así como la vivienda ha dejado de ser solo vivienda para transformarse también en escuela, gimnasio, cine u oficina. Porque si antes estaba vinculada principalmente a dar refugio y descanso, ahora la necesidad de adaptarse al presente ha abierto nuevas miras sobre qué implica tener un hogar y hacia dónde nos conducen las eventualidades futuras. En este escenario poscovid, el bienestar se ha posicionado como el centro dentro de cualquier lugar de residencia; ya sea en un microapartamento de una gran ciudad o en un domicilio unifamiliar con jardín a las afueras.

La libertad espacial tan defendida por Toyo Ito en su libro *Arquitectura de límites difusos* (2006) se ha puesto aún más de manifiesto con la ruptura de la separación entre estancias. Del mismo modo, el aislamiento vivido durante el confinamiento nos ha hecho repensar la usabilidad de los ecosistemas domésticos para analizar cómo habitamos un ambiente y qué otras formas existen de aprovecharlo. La misión protectora que atesoraba el hogar ha virado hacia otras funcionalidades más transversales para albergar lo laboral, el ocio y la sociabilidad, un hecho cada vez más presente en nuestros *livings*, cocinas y terrazas. Con este panorama, arquitectos y diseñadores intentan dar respuesta a estas demandas, pero son también las grandes firmas de



ALMENDRA. PATRICIA URQUIOLA. FLOS

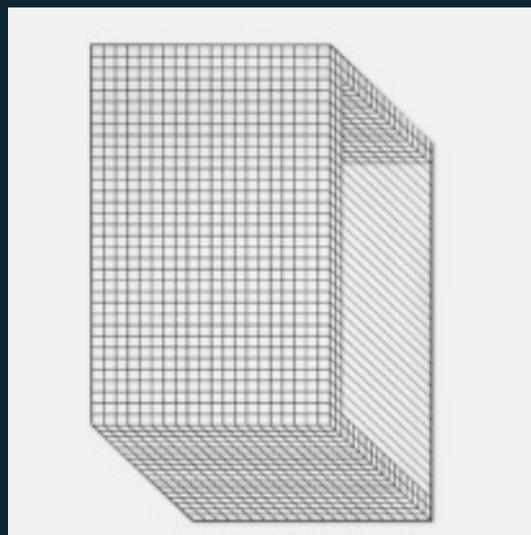
La sostenibilidad debe ser uno de los pilares que fundamenten las nuevas prácticas del diseño de producto, y la firma Flos lo ha demostrado en su último sistema de luminarias *Almendra*. Estas lámparas en suspensión, creadas por la reconocida Patricia Urquiola, promueven dos aspectos esenciales: la responsabilidad ambiental en su producción y el uso de tecnología lumínica de última generación. Naturaleza y progreso se funden en este objeto que ilumina de manera tenue y suave a través de aletas difusoras de forma almendrada, con carcasas móviles y montadas sobre moldes personalizables y combinatorios. Su estructura —realizada con materiales 100% reciclables— permite generar composiciones orgánicas, casi sacras, como una suerte de esperanza ecológica para nuestro hábitat.

mobiliario las que analizan las circunstancias actuales y nos ayudan a reformular inteligentemente los nuevos conceptos detrás del hábitat. En pleno auge del Salone del Mobile de Milán, hemos conversado con los CEO de las compañías más importantes del norte de Italia para estar al tanto de todas las innovaciones que están sucediendo en la era pospandemia.

La versatilidad doméstica

El arquitecto Winy Maas, de MVRDV, concretó en una entrevista que “crear intimidad en la ciudad es un arte”; una tarea que al extrapolarla al terreno de la vivienda resulta más que obvia. Sin embargo, la implementación del teletrabajo ha provocado un cambio en su concepción y, con ello, una alteración de

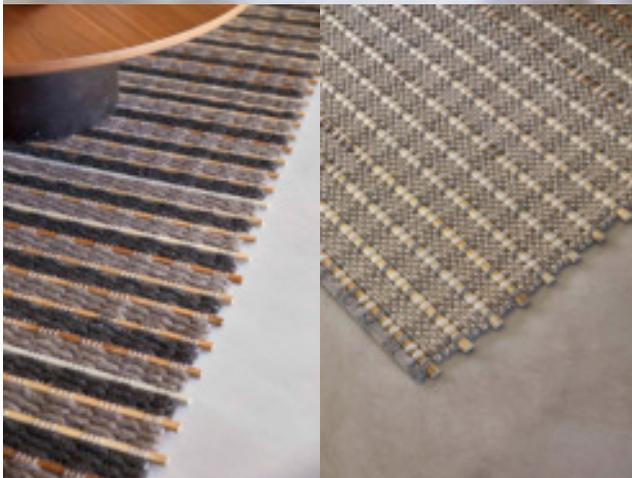
la privacidad. En palabras de **Roberto Gavazzi, CEO de Boffi**: “Nuestros hogares serán analizados desde la perspectiva *work from home*, porque se han convertido en lugares más flexibles, y esto es algo que se quedará siempre”. Estas zonas *ad hoc* requieren muebles híbridos y sistemas *hide out* y de almacenamiento que nos permitan mantener un equilibrio pacífico entre el descanso y la productividad; el truco para conseguirlo está, según **Davide Malberti, CEO de Rimadesio**, en “separar, pero no dividir, en mostrar y ocultar si es necesario para establecer una idea de espacio compartido que remodele nuestra rutina de la mejor forma posible”, pero también —añade **Monica Pedrali, CEO de Pedrali**— en “elegir mobiliario de calidad que esté hecho para perdurar en el tiempo y adaptarse a los diferentes contextos”.



QUADERNA. SUPERSTUDIO. ZANOTTA

Corría el año 1972 cuando Zanotta y el grupo arquitectónico Superstudio se aliaron en una colección de mobiliario que sentaba las bases del diseño radical. 50 años después, aquel trabajo icónico se amplía con tres piezas inéditas realizadas bajo el concepto *Istogrammi*: esa malla especial de patrón ortogonal con la que los florentinos hablaban de trazar un posible mundo infinito. La tarea de Zanotta en *Quaderna* se ha centrado en la modernización de

las dimensiones del escritorio y la mesa de aquella serie de antaño, revistiéndolas en laminado blanco con el característico *print* de los italianos. Estas formas arquitectónicas son las que conforman este nuevo catálogo que incluye, además, un homenaje especial: una alfombra *tufting* de tacto aterciopelado que reproduce fielmente una proyección isométrica del propio escritorio. Un regreso al antidiseño para expulsar los dogmas de nuestros hogares.



GOZ. KENGO KUMA. GAN

La firma GAN es reconocida por la exploración sostenible en sus tejidos, pero también por su manera única de traer al presente técnicas tradicionales de fabricación. En su última colección, esta vez junto a Kengo Kuma, resalta el uso de materiales completamente naturales y un concepto más que artesanal. *Goz* es la suma de tres alfombras que establecen un canto a la naturaleza: *Kiri* (niebla), *Ame* (lluvia) y *Tsuchi* (tierra). El alma de esta serie pivota en torno a la belleza emocional de lo hecho a mano, destacando la crudeza matérica de la lana virgen sin teñir, intercalada con varillas de madera de teca de sección circular, semicircular o cuadrada. Los planteamientos arquitectónicos que caracterizan a Kuma se adhieren al proceso de elaboración y también al resultado de *Goz*, que mantiene una armonía congénita en relación al espacio en el que se ubica.

Esta multifuncionalidad en una misma zona no se percibe como una moda pasajera, “sino como un nuevo hábito para las personas, que se desarrollará cada vez más”, afirma **Matteo Galimberti, CEO de Flexform**. Lo mismo ocurre con el mito diferenciador entre *outdoor* e *indoor*, pues, aunque disfrutar al aire libre sea indispensable después del encierro, es cierto que los sofás, mesas, sillas o luminarias que conforman estas áreas han acabado mimetizándose con “la misma elegancia y estilo tanto dentro como fuera, creando armonía y continuidad estilística”, nos aclara **Renato Minotti, co-CEO de Minotti**.

Los ambientes cada vez son más líquidos y la línea divisoria más difusa: la casa se abre y compone nuevas distribuciones que rompen la gentrificación de la sala de estar hacia otros núcleos sociales. Para **Roberto Gavazzi**, ese lugar es ocupado ahora por la cocina: “Es el sitio adecuado para pasar tiempo y disfrutar con las visitas, dadas sus dimensiones y su adaptabilidad a ser utilizada en esos contextos”. Pero con la celeridad de nuestras sociedades, quién sabe si de aquí a un tiempo esta función será ejercida por los baños, como una reminiscencia de lo que en su día ya hicieron las termas romanas.

La confianza en el diseño ecosensato

Actualmente, la casa se ha convertido en un laboratorio donde desplegar las novedades en materia de sostenibilidad. Debido al colapso medioambiental que se nos aproxima, las marcas tienen como máxima aplicar procedimientos más ecológicos y utilizar materiales que ofrezcan un mayor rendimiento en interiores y exteriores. Para **Renato Minotti**, por ejemplo, se ha de apostar por

KAORI Y BRERA. JEAN-MARIE MASSAUD POLIFORM

La creación de horizontes espaciales ilimitados tras la pandemia de covid-19 se ha erigido como una de las acciones más demandadas en los hogares. Los entornos abiertos no se consiguen levantando muros, sino jugando con los elementos que conforman un lugar para generar desahogo visual. En este marco, los recientes muebles sedentes de Poliform permiten esa división orgánica, y Jean-Marie Massaud la reproduce fácilmente con el sofá *Brera*: un sistema configurable que ensalza el contorno sinuoso para establecer zonas de descanso mucho más

amplias. Su volumetría sofisticada y sus líneas curvas convergen para aportar, a cualquier sala, una connotación arquitectónica capaz de separar ambientes sin necesidad de usar ladrillos. En contraposición, Massaud plantea en *Kaori* un sillón de silueta suave y contemporánea que obvia ese elemento arquitectónico en favor de la sutileza del diseño. Diferentes entre sí, la funcionalidad de ambas piezas es compartida: tanto monumentalidad como sencillez son perfectas barreras de confort para alterar el hieratismo de nuestras estancias.



Poltrona Kaori. Jean-Marie Massaud. Poliform



Divano Brera. Jean-Marie Massaud. Poliform

“diseñar muebles que sean duraderos, funcionales y atemporales”; un procedimiento compartido por **Monica Pedrali**, cuya empresa elabora “productos éticamente válidos y hechos de forma responsable y correcta”. Y esta confianza por el mobiliario sostenible se traduce, para **Davide Malberti de Rimadesio**, en “el uso de materiales reciclables, de pinturas libres de componentes tóxicos, de la reducción del plástico...”, pero siempre manteniendo la opinión firme de que los muebles “no están destinados solo a complacer a la vista, sino que deben responder a la función”, como dice **Matteo Galimberti desde Flexform**.

Si tuviéramos que definir cómo debe ser una vivienda en la actualidad, el mejor adjetivo sería versátil;

versátil en su disposición, en su mobiliario, en las múltiples opciones que puede ofrecer. Ya no solo se trata de un lugar habitado donde hallar comodidad, sino de una propuesta personal para experimentar ese confort del que a veces nos priva el mundo exterior. Como decía Le Corbusier, “una casa es una máquina para vivir”, y firmas como Boffi, Rimadesio, Flexform, Minotti o Pedrali introducen a conciencia piezas renovadoras, que establecen un diálogo ente artesanía e industria para trazar espacios compartidos y atender a las necesidades que vayan surgiendo. ¿Cuál es la línea que define el nuevo hábitat? Una sencilla: la que hace de este un entorno abierto, flexible, siempre listo para enfrentar las mutaciones del futuro. |



PANTON CHAIR. VERNER PANTON. VITRA

La *Panton Chair* es uno de esos clásicos de la historia del diseño que nunca podrán ser olvidados. Concebida en 1959 y producida a partir de 1967 en colaboración con Vitra, esta primera silla *cantilever* de plástico presenta ahora un atractivo acabado colorista de carácter muy ácido. Su armazón sencillo encierra una complejidad técnica en el moldeo de poliuretano, un proceso de elaboración difícil para su época de nacimiento. La *Space Age* se encierra en este asiento exhibiendo una era pop que convierte en icónico cualquier rincón de nuestra casa. Un hito del diseño danés que nos infunde admiración y nos obliga a contemplarlo como una pieza que se sostiene por sí misma, en todos los sentidos posibles.



SQUARE CHAIR. JONATHAN OLIVARES MOROSO

Llevar el paralelogramo a la máxima expresión tangible, eso es lo que Jonathan Olivares ha recreado en su última colección para Moroso. *Square Chair* muestra las bondades de la geometría cuadrilátera del modo más sencillo, remarcado por el revestimiento textil de la firma Kvadrat. Estos cubos-asientos son fáciles de mover, ligeros y muy adaptables a cualquier tipo de contexto o sala. Sus posibilidades son innumerables y pueden ser interpretados al antojo del usuario, ya que le permiten sentarse en la dirección que más desee. Este trabajo lúdico exhibe una combinación que parece salida del mismo *Tetris*, y que bien podría encajar en espacios flexibles, de trabajo colaborativo o, cómo no, en nuestro propio *home office*.

SOFT CORNERS

LINDE FREYA TANGELDER. CASSINA

Elementos como arquitrabes, columnas o pilares se aíslan de su contexto y se reinventan, con otras siluetas más domésticas y otras funcionalidades, en la colección *Soft Corners* de Cassina. Compuesta por tres *pufs* y una mesa, esta serie se plantea como un ejercicio que sigue la misma estela arquitectónica de su diseñadora, la holandesa Linde Freya Tangelder. En esta ocasión, los volúmenes escultóricos se desarman y entrelazan estableciendo bloques de textura vibrante y acolchada.

Cada asiento está realizado en estructura de madera y caucho, mientras que la mesa, más industrial, se ha producido en acero y está formada por tres cuerpos que conservan la misma sinuosidad de los *pufs*, pero atendiendo a la dicotomía de llenos y vacíos. La perfecta combinación entre estos cuatro objetos permite configurar en los espacios un paisaje que se cuestiona la presencia y la ausencia del mobiliario, así como la ruptura de sus propios contornos.



CACTUS. GUFRAM

En 1972, Guido Drocco y Franco Mello decidieron proyectar una de las creaciones más controvertidas y reconocibles hasta la fecha. Suave, sin peligro de espinas y de gran tamaño, la estructura de *CACTUS*® está realizada en poliuretano flexible y terminada artesanalmente. 4 brazos emergen de su silueta para desempeñar esa función que puede no ser clara: la de sostener prendas o lo que surja. Es decir, la tarea de ser un sencillo —aunque humorístico— perchero vegetal. ¿Pero cuántas versiones se han derivado de su original? Con motivo de sus 50 años, la firma Gufram presentó *CACTUSRAMA* en la Triennale Milano, un viaje expositivo que nos embarcó por las distintas ediciones de este objeto de coleccionista, que tanto ha inspirado a grandes creativos de la historia.





ENTREVISTA

ROBERTO GAVAZZI

CEO de Boffi | De Padova

ROOM Diseño- ¿Existe una evolución entre el diseño de hace 50 años y el de ahora?

Roberto Gavazzi- Por supuesto. Actualmente, tenemos que invertir en productos que sean más duraderos y que contaminen lo menos posible. Nuestra manera de pensar en nuevas piezas tiene que ser siempre una versión evolucionada de la anterior. Algo nuevo que no cancele lo que se ha hecho antes. **Ese es el futuro del diseño: evolucionar continuamente.**

R.D.- Con referencia a la crisis climática, ¿cuál es el papel que Boffi plantea para enfrentarla en su producción?

R.G. - En cierta manera, debido a que la gente ha pasado más tiempo en casa se ha reducido la contaminación; gracias a ello las personas han podido disfrutar de un aire más puro. **Con respecto a nuestro producto, intentamos elaborarlo siguiendo los parámetros de la sostenibilidad**, ya que usamos materiales que cuidan el bienestar del ser humano y, por tanto, el del medioambiente; es decir, materiales que no son desechables, sino duraderos, reciclados y reciclables que reducen el impacto de la contaminación.

“Nuestras nuevas piezas tienen que ser una versión evolucionada de la anterior. Ese es el futuro del diseño: evolucionar continuamente”. Roberto Gavazzi

R.D.- Con esa importancia del material, ¿es posible integrarlo en los productos para que se establezca una convivencia pacífica entre diseño práctico y diseño estético?

R.G.- En Boffi estamos intentando establecer una conexión entre practicidad y diseño atractivo que mejore la calidad de vida de los usuarios. Queremos vincular la estética con la comodidad, mejorando la funcionalidad; algo que está mejorando mucho porque todas las compañías están investigando en términos de materiales —madera, metal, cerámica—. **Aunque es cierto que cada vez es más difícil diseñar algo novedoso y que combine creatividad, buen diseño, buena funcionalidad y adaptabilidad.** Esto último en Boffi es muy importante.



En la gama alta del mercado, por ejemplo, puedes encontrar soluciones hechas más a mano y adaptadas a las necesidades del consumidor. Puede haber clientes a los cuales no les importa la estética, mientras que, por el contrario, hay otros a los que solo les interesa que el producto sea bello. Creo que deberíamos ser capaces de personalizar aquello que vamos a comprar. De hecho, en el futuro será muy importante identificar las necesidades

“Cada vez es más difícil diseñar algo novedoso y que combine creatividad, buen diseño, buena funcionalidad y adaptabilidad. Centrarse en esto para Boffi es muy importante”. Roberto Gavazzi

del consumidor para darle un servicio personalizado.

R.D.- ¿Cuáles son las claves para que una empresa de diseño, y en este caso Boffi, siempre esté a la vanguardia?

R.G.- En este proceso es muy importante que la compañía tenga el poder adquisitivo suficiente para invertir en innovación, en personal y en otros recursos y servicios. Para tener éxito en este terreno es muy importante forjar un buen *networking* y alianza con otras empresas que son fructíferas e innovadoras porque pueden proporcionar esa evolución a terceros, también en términos de materiales y tecnología. Se trata de lo que puedes lograr trabajando con otras personas que están especializadas en campos específicos; **no basta con ser una firma grande, sino que tienes que buscar especialistas en diferentes materiales y funciones en todos los campos.**

R.D - ¿Cómo definirías los nuevos hábitats pospandemia?

R.G. - Primeramente, no sabemos si la pandemia ha terminado. Me imagino que algunas condiciones permanecerán; por ejemplo, la importancia de los *livings* en nuestras casas es algo que todos han redescubierto durante el confinamiento. De igual manera, pienso que nuestros hogares serán analizados desde la perspectiva *work from home*; es decir, cómo el hecho del teletrabajo se compagina con la vida familiar dentro de los mismos espacios que se usan para relajarse. **Las viviendas se han convertido en lugares más flexibles y esto es algo que creo que se quedará siempre.**

R.D.- Al ser lugares más flexibles, ¿dónde crees que se ha reflejado este cambio principalmente?

R.G.- En el área de la cocina, ya que puede volverse un sitio céntrico en nuestros hogares. **Cada vez se usa más para desempeñar otras funciones distintas a solo cocinar, aunque desde antes de la pandemia se empezó a ver ya esta tendencia.** Por ejemplo, es un ambiente adecuado para pasar tiempo y disfrutar con las visitas, porque en general abarca mayor espacio que antes y está más adaptada para ser utilizada en un contexto social.

ALMAYER, ANDON Y EREI ZONE

DE PADOVA

Las nuevas colecciones presentadas por De Padova tienden a narrar una historia estética y a reinventar conceptos globales hasta el momento en desuso. Lo vemos en la silla *Almayer*, un asiento a la manera romana de la *sella curulis*. Aquí la madera de fresno pintado en negro y la estructura de cuero reformulan este modelo plegable y sencillo, que se transporta desde los rodajes hollywoodienses a nuestro propio salón. De un modo similar, los montes sicilianos Erei bautizan el sistema de sofá modular diseñado por Elisa Ossino: un armazón delicado y combinable que erige cordilleras domésticas, exhibiendo una modernización del clásico detalle capitoné. Por otro lado, la idiosincrasia nipona de Nendo se materializa en las mesas *Andon*, cuyo nombre y apariencia es similar a la del farolillo tradicional japonés. Este conjunto muestra matices pétreos de geometría variada en su superficie de Nerosicilia mineral, así como una ligereza táctil en sus laterales. De Padova lo tiene claro: la esencia de distintas culturas también tiene sitio en nuestros *livings*.



Andon. Nendo. De Padova



Almayer. Paolo Rizzatto. De Padova

“Nuestros hogares serán analizados desde la perspectiva work from home, porque se han convertido en lugares más flexibles, y esto es algo que se quedará siempre”. Roberto Gavazzi



Erei Zone. Elisa Ossino. De Padova



ENTREVISTA

MATTEO GALIMBERTI

CEO de Flexform

ROOM Diseño.- ¿Qué dirección está tomando el futuro del diseño de mobiliario y en qué situación se encuentra Flexform?

Matteo Galimberti. - La historia nos ha enseñado que hechos tan grandes como las pandemias y las guerras pueden acelerar los cambios o ralentizarlos. El negocio del mueble no puede sino investigar de cerca estas nuevas necesidades e intentar anticiparse a ellas siempre que sea posible. **Flexform siempre ha sido una marca muy atenta a las demandas y necesidades de los consumidores y pretendemos seguir siéndolo.**

Permítanme recordarles que nuestro sofá seccional *Groundpiece* más vendido se lanzó hace 20 años. Volviendo a esos días, Antonio Citterio y Flexform fueron pioneros en una nueva forma de realizar un sofá seccional, precisamente porque entendieron mucho antes que otros que la gente ya no reclamaba sofás formales, sino más plataformas de relajación acogedoras donde la familia pudiera reunirse para charlar, jugar, ver la televisión, tener comidas informales, etc. Eso llevó a un nuevo concepto de diseño que condujo a asientos más profundos, tapicería de pluma

“El negocio del mueble no puede sino investigar de cerca las nuevas necesidades e intentar anticiparse a ellas siempre que sea posible”. Matteo Galimberti

de ganso mullida, unidades de almacenamiento para reemplazar el apoyabrazos tradicional. Las nuevas colecciones son generadas por la misma conciencia, **los muebles no están destinados solo a complacer a la vista, sino que deben responder a la función.**

R.D.- El cambio climático, la crisis sanitaria, el confinamiento... ¿Cómo se ven reflejados estos sucesos en nuestros hogares?

M.G.- Después de la pandemia y con la creciente conciencia de llevar una forma de vida más sostenible, nuestra manera de habitar la vivienda ha cambiado. Creemos firmemente que esto no es una simple tendencia, sino un nuevo hábito para las personas que se desarrollará cada vez más. Decidi-

“La multifuncionalidad en una misma zona no se percibe como una moda pasajera, sino como un nuevo hábito para las personas que se desarrollará cada vez más”. Matteo Galimberti

mos lanzar nuestra colección para exteriores hace tres años —antes de que todo esto sucediera— y ahora nos estamos beneficiando mucho porque nuestra línea *outdoor* se está vendiendo muy bien. **Nuestro objetivo era extender la elegancia atemporal, el máximo confort y la consistencia del diseño en este territorio para tener un estilo fluido entre el interior y el exterior, que es precisamente lo que se requiere hoy.**

Por su parte, el cambio climático es un gran problema y estoy personalmente convencido de que los gobiernos y las personas lo siguen subestimando. No estamos haciendo lo suficiente para tratar de revertir su curso y la guerra en Ucrania nos está exponiendo a conflictos adicionales que, de algún modo, están colocando la cuestión climática en la retaguardia. Por otro lado, **las estaciones más cálidas también están jugando su papel porque las personas pueden disfrutar de sus espacios al aire libre muchos meses durante todo el año.** Nuestro equipo de I+D está constantemente investigando materiales que puedan brindar el mejor rendimiento a la intemperie. Este año lanzamos la familia *Camargue*: sofás, sillones y divanes con estructura de aluminio en polvo epoxi que no se ven afectados por las inclemencias del tiempo, ni por la lluvia ácida, ni por el cloro.

R.D.- ¿Qué papel juega la innovación en la forma en que Flexform conecta el diseño, la producción industrial y los materiales?

M.G.- Flexform es una empresa familiar y nuestra familia ha invertido mucho en investigación y desarrollo desde su fundación. Además, durante los últimos 50 años hemos estado trabajando junto con Antonio Citterio —uno de los arquitectos y diseñadores italianos más renombrados— que nos ha estado aportando su experiencia, pero también impulsándonos hacia nuevos desafíos.

Lo que debe entenderse acerca de Flexform es su combinación única de innovación de vanguardia con artesanía detallada. Nuestra marca nunca podría deslocalizarse en otro lugar porque expresa el saber hacer especial de Brianza, la región entre Milán y el lago de Como, donde se encuentran la mayoría de las marcas de diseño italianas. Esto ha creado una suerte de *terroir* que, en este caso, no produce excelentes vinos sino excelentes muebles.

R.D.- A propósito de la frase “la forma sigue a la función”, ¿qué importancia crees que posee pleno siglo XXI?

M.G.- Esta máxima se remonta al siglo XX y ha sido la regla para muchos productos. Ha ayudado a evolucionar del mueble de época al diseño moderno y de lo moderno a lo contemporáneo, pero nos encanta más “la forma va con la función”, lo que implica que puedes tener un sofá igual de cómodo y elegante o hermoso. **El diseño de mobiliario está en perenne evolución. Tengo curiosidad por saber cómo vivirá la gente dentro de un siglo y cómo serán sus hogares.**

ELISEO POLTRONA. ELISA OSSINO

FLEXFORM

Parece una asociación fortuita, pero resulta común —incluso espiritual— vincular un momento de relax al volumen de una gran butaca. *Eliseo*, la reciente poltrona de Flexform, comulga con los preceptos de ergonomía y elegancia para lograr este propósito. Su diseñador, Antonio Citterio, pone la silueta contorneada al servicio de la comodidad, al tiempo que aboga por su alto valor artesanal. Las líneas envolventes y su acolchamiento en plumón de ganso combinan excelentemente para hacernos sentir abrazados una vez nos sentamos en ella. Asimismo, su lenguaje estético se halla supeditado al detallismo y a modelos anteriores de Citterio para Flexform: los populares sillones *Feel Good*, *Guscio* y *Guscioalto*. En este caso, se actualizan los códigos de las piezas anteriores para darle a *Eliseo* un equilibrio sobrio que se completa con dos versiones: el sillón *club* y el *bergère*. Como nos confirma Matteo Galimberti, CEO de la compañía: “La forma va con la función. Lo que implica que puedes tener un sofá cómodo al igual que elegante o hermoso”.



“Lo que debe entenderse acerca de Flexform es su combinación única de innovación de vanguardia con artesanía detallada”. Matteo Galimberti





ENTREVISTA

MONICA PEDRALI

CEO de Pedrali

ROOM DISEÑO. - ¿De qué manera intuyes que la pandemia ha afectado a nuestra manera de vivir en el entorno doméstico?

Monica Pedrali. - Durante los últimos dos años, el hogar se ha concebido como un lugar en el que hemos tenido que pasar mucho tiempo y adaptarnos a las necesidades de todos sus habitantes; especialmente para realizar todas las actividades durante las fases del confinamiento: el trabajo, la escuela o el propio ocio.

A nivel mundial y con la circunstancia del teletrabajo, se ha observado una tendencia a abandonar los apartamentos en el centro de la ciudad para comprar casas más grandes en los suburbios. Las nuevas viviendas fuera de los núcleos urbanos suelen tener jardines y terrazas, y por este motivo ha crecido el interés y la demanda de colecciones de exterior. **Precisamente, el outdoor es un mundo que Pedrali conoce muy bien porque allí tiene sus raíces**, ya que, a principios de los años 60, mi padre, Mario, fundador de la empresa, fabricaba muebles de jardín en forja en su taller artesanal.

R.D.- ¿Cuáles son los criterios que debemos seguir en esta época en que la hibridación espacial es un elemento clave a la hora de establecer nuestros hábitats?

M.P.- Creo que en estos momentos es síntoma de una gran responsabilidad reducir los residuos y comprar productos de calidad que perduren en el tiempo, ya sea desde la relación con la vida del producto, como desde el punto de vista estilístico, es decir, poder adaptarse a los diferentes contextos de uso y reconfiguraciones a largo de los años.

En el ámbito laboral, pero sobre todo en el hogar, los límites entre *outdoor* e *indoor* se han diluido. Y **con la creciente atención prestada a estos rincones al aire libre después de la pandemia, el objetivo es llevar el mismo cuidado de los muebles de interior al exterior**. Debemos prestar gran atención a los materiales en estas zonas, por ello, las piezas elegidas para terrazas y jardines cuentan con tapizados o telas que surgen de una detallada investigación para aportar el mismo grado de comodidad y mayor resistencia. Por poner un ejemplo, nues-

“El truco es elegir mobiliario de calidad que esté hecho para perdurar en el tiempo y adaptarse a los diferentes contextos”. **Monica Pedrali**

tra colección *Panarea* de CMP Design tiene un elemento fundamental: las cuerdas de polipropileno y el cojín de espuma de poliuretano drenante. Ambos son componentes que garantizan un alto rendimiento en estas áreas: se pueden dejar bajo la lluvia torrencial o expuestos a la luz solar sin que se modifique su apariencia o color. Además, son fáciles de desinfectar y mantener.

El mobiliario de interior ha visto potenciado su confort y la envolvente de sus tapizados. Con la irrupción de un modelo de trabajo híbrido que alterna días en casa y días de oficina, estos últimos han adquirido cada vez más un papel de encuentro y comparación. *Buddyhub*, diseñado por Busetti Garuti Redaelli, responde a la perfección a esta nueva necesidad, ya que permite crear lugares sociales más o menos informales gracias a su panel fonoabsorbente perimetral, que abraza la tapicería y origina una especie de refugio con el entorno circundante. Al mismo tiempo, *Ila*, la butaca realizada por Patrick Jouin, genera un nicho de privacidad en el que labrarse un instante de relajación y evasión. Por su parte, **Pedrali también ofrece soluciones de decoración capaces de establecer puestos bien acabados para el teletrabajo, caracterizados por asientos ergonómicos y mesas regulables en altura.**

R.D.- ¿Qué medidas ha tomado Pedrali ante la crisis medioambiental?

M.P.- Nuestra compañía ha puesto en marcha numerosas operaciones de filosofía verde para reducir su impacto. Pedrali tiene una cadena de suministro corta porque produce todo en Italia dentro de sus plantas en Mornico al Serio, en la provincia de Bérgamo, y en Manzano, en la provincia de Udine. Nuestro ejercicio se realiza bajo pedido y llevamos muchos años utilizando el enfoque de producción ajustada. **En una época en que prima la explotación de los recursos y del territorio, es importante**

que los productos sean éticamente válidos, elaborados de forma responsable y correcta, atentos, sin duda, a la sostenibilidad.

R.D.- ¿Cuál es el principal rasgo que presenta ahora el mobiliario de nuestro siglo y, más en particular, las colecciones de Pedrali?

M.P.- Los muebles se pueden definir como “resimerciales”, indicando su doble funcionalidad: deben ser acogedores en cualquier ambiente, versátiles y fáciles de mantener y limpiar. **Pienso que el diseño actual, para ser efectivo, debe seguir los requisitos del consumidor y ser capaz de adaptarse en los espacios donde se inserte.** El objetivo ha de ser garantizar el bienestar de las personas, su serenidad, facilitar sus actividades y promover un estilo de vida respetuoso con el medioambiente y los recursos.

Nuestras colecciones surgen siguiendo una lógica de innovación y atendiendo a las necesidades específicas del mercado. El resultado en ellas es el del intercambio sinérgico y continuo entre nuestra oficina de I+D y los diseñadores italianos e internacionales con los que colaboramos. Por nombrar algunos: Patrick Jouin, Patrick Norguet, Eugeni Quitllet, Sebastian Herkner, Odo Fioravanti, Claudio Bellini, Jorge Pensi, CMP Design. **Todos ellos transmiten su sabiduría artesanal y su creatividad, combinada con el saber hacer industrial de Pedrali.**

R.D.- A propósito de esa lógica de innovación presente en Pedrali, ¿cómo se desarrolla este rol dentro de su producción?

M.P.- Resulta que nuestra industria es 4.0: está dotada de maquinaria interconectada que anualmente invierte en progreso, tecnología y nuevas plantas. **La materia innovadora se refleja principalmente en el proceso de producción**, ya que se centra en beneficiar al consumidor porque permite plazos de entrega cortos, garantizando productos personalizables que nacen en una fábrica segura.



Nolita Sofa. CMP Design. Pedrali

“En una época en que prima la explotación de los recursos y del territorio, es importante que los productos sean éticamente válidos, elaborados de forma responsable y correcta, atentos, sin duda, a la sostenibilidad”. **Monica Pedrali**

NOLITA SOFA Y PANAREA. CPM DESIGN PEDRALI

“Los espacios ahora son más refinados, flexibles y transformables, y los muebles se seleccionan y eligen cada vez con más cuidado y precisión”, nos dice Monica Pedrali; unas palabras que se hacen ciertas en los nuevos asientos *Nolita* y *Panarea*. Teniendo en cuenta los preceptos trazados por Mario Pedrali en 1963 con sus primeras sillas de jardín en metal, el sofá *Nolita* se ha concebido con una función híbrida: adaptarse al relax del aire libre, pero también al de la vida doméstica interior. De esa manera, esta pieza, de carácter modular y versátil, plantea una estructura tubular minimalista, completada gracias a una serie de cojines de tejido resistente. En tamaño más reducido y con un aporte más liviano, el taburete *Panarea* rememora los matices tradicionales de la artesanía textil italiana a través de un cordón de polipropileno en su armazón de acero; todo muy curvo, geométrico, apilable y de fácil transporte. Con colecciones como estas, se demuestra que el *in-door* y el *outdoor* están más cerca que nunca.



Panarea Barstool. CMP Design. Pedrali

ENTREVISTA

RENATO MINOTTI

co-CEO de Minotti

ROOM Diseño. - Cada colección de mobiliario presenta un imaginario distinto dependiendo de la empresa, ¿cómo es el ADN de Minotti?

Renato Minotti. - El diseño ahora está llamado a interpretar los estilos de vida y los lugares donde las personas viven y comparten tiempo y espacio, pero también las nuevas necesidades de los consumidores, estudiando muebles flexibles, versátiles y reconfigurables. Cada empresa traduce este tema con su ADN y su visión a través de su propia gestión de productos a largo plazo. **En Minotti pretendemos elaborar mobiliario acorde a nuestro estilo y siempre contextualizado dentro de los ambientes que identifican a nuestra marca:** creemos que después de un día estresante, a un ritmo acelerado, volver a tu hogar debe significar encontrar situaciones que nos den una sensación de relajación y bienestar mental.

La estética y la utilidad son dos aspectos inseparables para Minotti: nuestro objetivo siempre es ofrecer colecciones que combinen ambos aspectos con un rico



abanico de versatilidad y flexibilidad, porque siempre pensamos que detrás de cada forma debe haber una funcionalidad específica pensada para el cliente final. Como el arte, el cine y la moda, el diseño es un fenómeno social y cultural que debe observar los cambios en la vida cotidiana y trasladarlos a los catálogos como valores reales.

R.D. - Con este panorama, ¿cuáles son las prioridades que debe tener el diseño en esta era pospandemia?

R.M.- La pandemia ha cambiado nuestros estilos de vida y hábitos. Esto nos ha llevado a repensar nuestros hogares, prestando atención a la calidad del espacio en el que vivimos. El diseño siempre ha buscado plasmar la evolución de la cotidianidad, y más aún en este período, donde debe responder a las necesidades humanas, restableciendo una correcta armonía entre las personas y el hábitat. Nuestras prioridades también han cambiado: hemos sido testigos de un redescubrimiento de zonas al aire libre, tanto pequeñas como grandes, percibidas con una importancia cada vez mayor.

“La estética y la utilidad son dos aspectos inseparables para Minotti: nuestro objetivo siempre es ofrecer colecciones que combinen ambos aspectos con un rico ábaco de versatilidad y flexibilidad”. Renato Minotti

Asimismo, el cambio climático será un aspecto cada vez más crucial, tanto en nuestra existencia como individuos como también dentro de nuestra empresa. **Es necesario tomar una actitud responsable hacia el consumo y la adquisición de materias primas con mobiliario que sea lo más sostenible, duradero y desmontable y atemporal posible.**

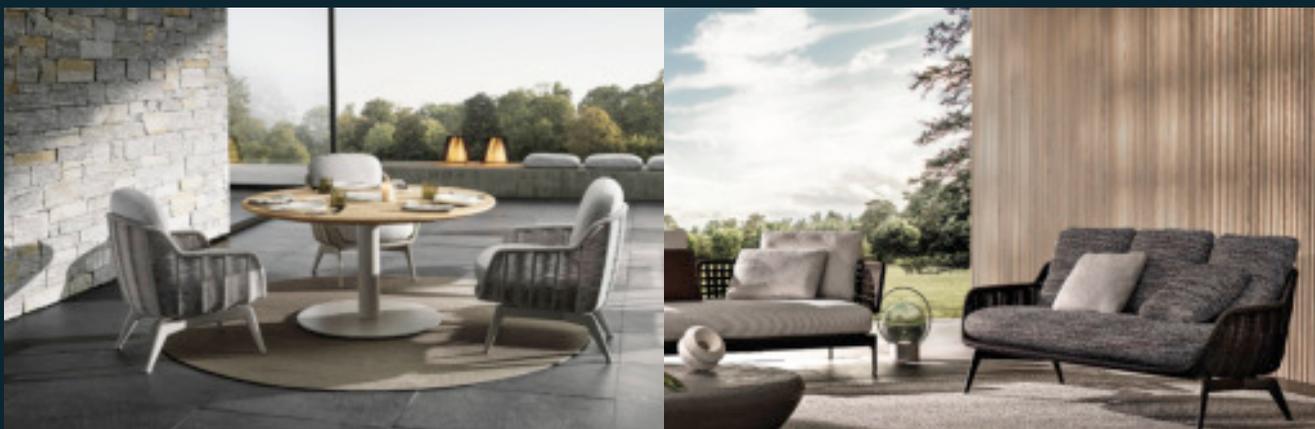
R.D.- ¿Cómo se consigue innovar en una empresa como Minotti?

R.M.- En Minotti implementamos una estrategia precisa de gestión del diseño, orientada al consumidor final, y dedicamos muchos recursos a investigación y desarrollo con nuevos materiales, revestimientos textiles y de piel para ofrecer novedades desde el punto de vista estético, pero que también garanticen rendimiento y comodidad de extrema calidad. Además, **nos enfocamos en la innovación, invirtiendo en nueva maquinaria, estructuras, expansiones de la empresa** —como el nuevo centro logístico construido el año pasado—, para garantizar la excelencia en 360 grados.

R.D.- Las líneas que delimitan los hábitats se están diluyendo, ¿cómo se afrontan estos cambios como Co-CEO de esta compañía?

R.M.- Asistimos a una hibridación cada vez mayor entre los espacios; por eso, **hemos reaccionado con propuestas compactas y versátiles que pueden amueblar tanto entornos pequeños como más generosos, pero siempre de gran calidad.** Para Minotti es fundamental la búsqueda de la misma elegancia y estilo tanto por dentro como por fuera, creando armonía y continuidad estilística. Minotti siempre se ha centrado en la sinergia entre el interior y el exterior. Diseñamos mobiliario *outdoor ad hoc* en la elección de revestimientos, colores y materiales, para que los sabores estéticos distintivos de la marca también se encuentren en las terrazas y jardines. Es uno de los puntos fuertes de nuestra empresa, en constante crecimiento.

En cuanto al *home office*, la reciente serie *Studio Collection*, lanzada en 2021, es un ejemplo de cómo la compañía también ha interpretado este tipo de evolución. Este nuevo camino fue inaugurado por los elementos planteados por Marcio Kogan / studio mk27, en respuesta a la transformación de los entornos laborales. **Las oficinas se transforman gracias a un interior cada vez más sofisticado y funcional, mientras que la casa se adapta a los espacios de trabajo en nombre de la funcionalidad y la elegancia**, con proyectos de diseño ajustados a la nueva forma de vivir y trabajar.



BELT OUTDOOR. RODOLFO DORDONI. MINOTTI

Sabemos la importancia del exterior ahora que el confinamiento parece ser un recuerdo lejano, y por eso las innovaciones que las firmas han traído difuminan los límites entre *outdoors* e *indoors*. Renato Minotti, co-CEO de Minotti, entienden que “nuestras prioridades también han cambiado: hemos sido testigos de un redescubrimiento de los espacios al aire libre, tanto pequeños como grandes, percibidos con una importancia cada vez mayor”. Con esta premisa, es lógico que la familia de sillas *Belt*, desarrollada para interiores por Rodolfo Dordoni,

haya encontrado su gemela también para exteriores. El cuerpo envolvente se conserva, pero la silueta se perfila con un contorno acordonado que recubre la estructura de metal brillante. De igual manera, los cojines acolchados son extrarresistentes para soportar las inclemencias meteorológicas. Estos genes compartidos ayudan a que ambas colecciones puedan combinarse, trazando una tregua entre dos dimensiones y estableciendo una atmósfera ecléctica que posibilita la fusión, como si la casa se extendiese a la intemperie a través del mobiliario.





ENTREVISTA

DAVIDE MALBERTI

CEO de Rimadesio

ROOM Diseño.- ¿Es una moda pasajera la ruptura de fronteras dentro del hábitat?

Davide Malberti.- En absoluto. El hogar se ha convertido en un área aún más versátil y multifuncional, respondiendo a nuevos criterios de privacidad y compartimentación del espacio. **Los entornos domésticos se están viviendo cada vez mejor, teniendo que hacer frente a nuevas necesidades**, como el teletrabajo, con zonas *ad hoc* para hacer negocios cómodamente, al igual que las personas solían hacerlo en la oficina.

R.D.- Adaptarse o perecer, ¿qué cambios se han producido en la concepción del entorno laboral/doméstico?

D.M.- La emergencia sanitaria mundial y el distanciamiento social nos han obligado a reformular la forma en que vivimos y trabajamos todos los días. **Los lugares de trabajo compartidos, los espacios abiertos y los ambientes privados necesitaban ser remodelados de acuerdo con nuevos criterios de practicidad, seguridad y privacidad.** Adaptar las oficinas a las cambiantes necesidades laborales, convirtiendo los hábitats en puestos multifuncionales, reorganizando libremente las

estancias. Nuestro objetivo en Rimadesio es ofrecer sistemas de mamparas y puertas correderas cada vez más personalizadas, de alto rendimiento y sostenibles. Separe pero no divida, muestre u oculte si es necesario. **El concepto de espacio compartido se remodela a partir de una rutina inédita.**

R.D.- ¿Cuál dirías que es el principal desafío para el diseño en pleno siglo XXI?

D.M.- La sostenibilidad es sin duda un desafío central. Rimadesio destaca por la innovación industrial y la capacidad de producir sistemas y complementos respetando la naturaleza y la salud humana. En el campo del mobiliario hemos sido pioneros en materia de sostenibilidad y esta-

“La aparente sencillez que distingue nuestras colecciones es el resultado de continuas inversiones tecnológicas y estudios funcionales y estéticos”

Davide Malberti

mos orgullosos de esta elección. Al principio no todos los clientes entendían el valor añadido de nuestro proyecto verde, pero hoy por fin la conciencia ecológica se ha generalizado e incluso condiciona la elección de una marca frente a otra.

La calidad, la durabilidad y la atención al medioambiente son prerrogativas inherentes al ADN de Rimadesio: desde el uso de materiales reciclables como el vidrio y el aluminio, o el empleo exclusivo de pinturas al agua libres de componentes tóxicos, hasta nuestras plantas de producción alimentadas por 5242 paneles fotovoltaicos, pasando por la eliminación del poliestireno, la reducción consecuente del plástico, la producción de envases ecológicos justo a tiempo, el reciclaje virtuoso de los restos de cartón que se convierten en papel reciclado de alta calidad.

efecto ondulado y exclusivas pieles sintéticas *made in Italy*. Rimadesio presenta más de 264 acabados disponibles en el catálogo y utilizamos únicamente pinturas a base de agua de nuestra gama patentada *Ecolorsystem*.

Ofrecemos propuestas modernas pero funcionales, caracterizadas por un diseño que nunca pasa de moda. No creemos en las tendencias, ya que se desvanecen tan rápido como aparece una nueva. Me enorgullece decir que todavía estamos embarcados en un viaje emocionante bajo el título de innovación industrial y la capacidad de diseñar soluciones cada vez más avanzadas para el hogar, los espacios comerciales y el entorno laboral. **Todo se hace siendo fieles a nuestro estilo que nos identifica a nivel mundial en el campo del diseño de interiores.**

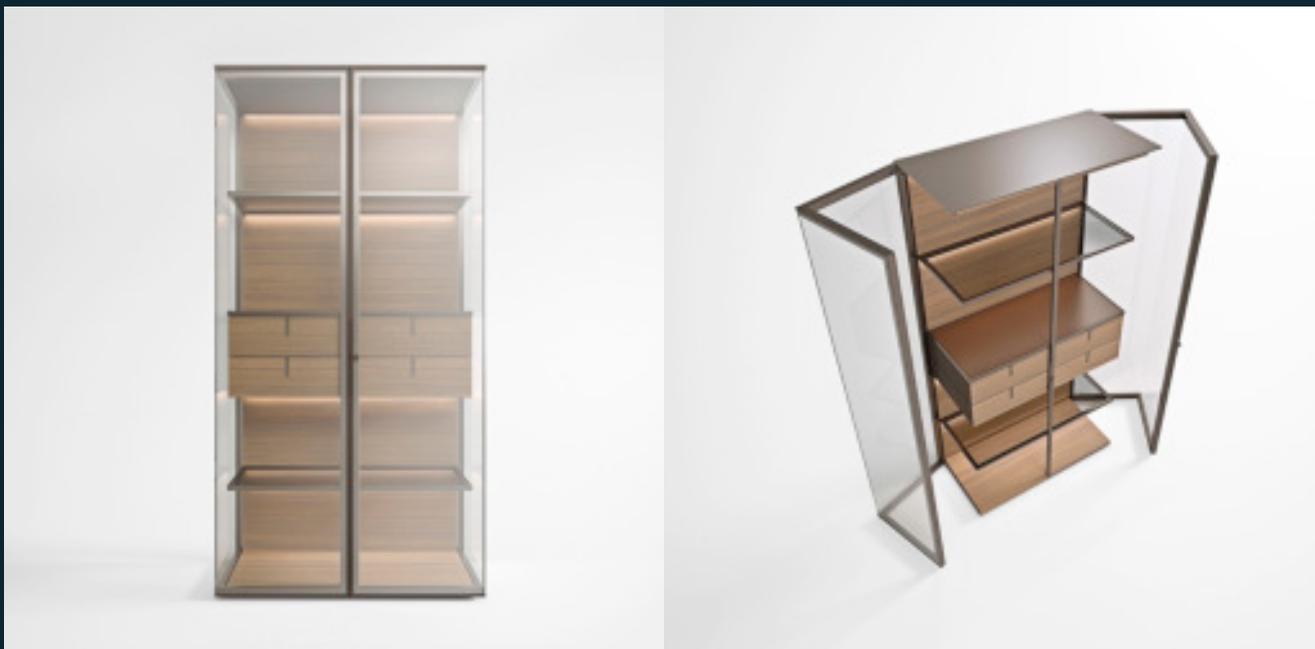
“El truco para mantener un equilibrio entre el descanso y la productividad está en separar, pero no dividir, en mostrar y ocultar si es necesario para establecer un concepto de espacio compartido que remodele nuestra rutina de la mejor forma posible”. Davide Malberti

R.D.- Con todas esas premisas que planteas, ¿hacia dónde se dirige el diseño de mobiliario en Rimadesio?

D.M.- Nuestro diseño se define por una interpretación altamente arquitectónica de los muebles: este es el camino al que siempre nos dirigimos. Para lograr resultados aún mejores, siempre estamos buscando nuevas tecnologías innovadoras en relación a las necesidades de nuestra clientela. La gama de materiales y acabados de Rimadesio está en constante evolución: además del cristal y el aluminio, hemos añadido recientemente gres porcelánicos denominados Litech, nuevos mármoles mates, nuevas maderas con

R.D.- ¿Cuál es la estrategia que hace único el catálogo de Rimadesio?

D.M.- La innovación en los procesos de elaboración es el activo fundamental para la compañía. Por eso, estamos persiguiendo grandes planes de inversión en nuevas maquinarias y sistemas altamente informatizados conectados a la red corporativa. **Nuestra producción se caracteriza por altas cualidades técnicas asociadas a un diseño minimalista.** La aparente sencillez que distingue nuestras colecciones es el resultado de continuas inversiones tecnológicas y estudios funcionales y estéticos.



Aliante. Giuseppe Bavuso. Rimadesio

Cover Freestanding. Giuseppe Bavuso. Rimadesio

ALIANTE Y COVER FREESTANDING
GIUSEPPE BAVUSO. RIMADESIO

¿Subirse al carro de las tendencias o atrincherarse en el horizonte de la atemporalidad? Davide Malberti, CEO de Rimadesio, lo tiene claro: “No creemos en las tendencias de diseño, ya que se desvanecen tan rápido como aparece una nueva”. Es por eso que los recientes diseños de Giuseppe Bavuso para la firma serán perdurables. El primero de ellos se caracteriza por la ligereza estética perceptible. *Aliante* consiste en una vitrina con cristalería de vidrio, cajones internos de madera e iluminación led donde poder guardar nuestras pertenencias o incluso exponer nuestros objetos más preciados. Por otra parte, *Cover Freestanding* es una puerta con bisagras y travesaños horizontales de aluminio que dota a los armarios de gran presencia. Estos elementos —hechos a medida y plenamente funcionales— no solo alivian la pesada carga del almacenamiento doméstico, sino que agregan un importante contenido estético siempre actual. Algo que se consigue gracias a la capacidad de Rimadesio para “diseñar soluciones cada vez más avanzadas”.



