

PRESS REVIEW

best of 2023

ITALY



Minotti

PRINTED EDITORIALS

INTERIORS

Poltrona Yoko con struttura in noce canaletto e rivestimento in pelle Aspen Ambra, design Inoda+Sveje per Minotti. Tavolino Point con struttura in metallo calandrato e top in finitura legno moka, design Gianluigi Landoni per Vibieffe. Vaso Arcs in acciaio inox finitura mirror, design Muller Van Severen per Hay. Lampade da tavolo Parade in vetro nelle finiture blush pink e shell white, Viola Heyn-Johnsen e Jonas Trampedach per Hay. Arazzo Heirloom in lane, sete e lini di diverso tipo, design Pettersen & Hein per Edward Fields



Twist contemporaneo e conoscenza storica, Rodolfo Dordoni festeggia 25 anni di collaborazione con Minotti e dimostra un inesauribile spirito di ricerca e di innovazione, in forme capaci di non essere mai fuori tempo

NUOVO CLASSICO

TESTO Valentina Raggi



AD100 Rodolfo Dordoni Milano

SOPRA Alcuni pezzi di Rodolfo Dordoni per la collezione 2022 di Minotti: da sinistra, la poltrona *Twiggy*, il sistema di sedute componibili *Go odman*, due poltrone *Belt e*, al centro, il coffee table *Solid Steel*. A sinistra, la lampada *Nile* da lui disegnata per Foscarini.

La carriera di Rodolfo Dordoni spazia dall'architettura - lo studio Dordoni Architetti è stato fondato nel 2005 con progetti internazionali di edilizia e interior - al product design, che, a partire già dagli anni '70, l'ha visto autore e art director per i migliori marchi, molte eccellenze del made in Italy.

Tra queste c'è Minotti, con cui il progettista festeggia 25 anni di collaborazione. Creative director del brand dal 1997 a oggi, Dordoni ha contribuito a creare l'identità di Minotti con una visione sul presente con consapevolezza del passato, con

una sobria eleganza che si fa personalità e con una maestria da regista nel coordinare collezioni firmate da diversi designer.

Prolifica la sua produzione per l'azienda anche nel 2022, con molteplici pezzi da lui stesso disegnati, collezioni indoor e outdoor, dove l'eco degli anni '70 è leitmotiv. Tra questi spiccano tre famiglie: *Twiggy*, una nuova serie di sedute versatili e generose che nasce da una poltrona singola, declinata in tre diverse dimensioni, a cui si aggiungono una chaise-longue, un couch e tre panche, forme che enfatizzano la sartorialità e il saper fare manifatturiero



SOPRA Rodolfo Dordoni, architetto e designer, a Milano è nato, si è formato e ha intrapreso una fiorente carriera con progetti internazionali. Ha appena festeggiato i 25 anni della sua art direction dell'azienda Minotti di Meda.

SOTTO Una silhouette non banale che racchiude anni di storia del design, la nuova famiglia di sedute *Twiggy*, con poltrone nelle varianti Small, Large e Deep, un couch, una chaise-longue e tre panche, permette infinite composizioni.

del marchio; c'è poi il divano modulare *Goodman*, che riprende il carattere grafico dei Seventies ma racchiude l'innovazione tecnologica di un sistema a molle insacchettate e un'imbottitura a densità stratificate, che lo rende iperconfortevole; e Dordoni rilancia anche le finiture lucide e specchianti, con i tavolini *Solid Steel*, volumi di sofisticata semplicità, che alla base in acciaio o bronzo legano top in metalli, legno o marmo.

Arredi pensati per essere fuori dal tempo, o, meglio, in grado di racchiudere passato, presente e futuro in un unico disegno riuscito. Arredi che hanno libera destinazione d'uso. Secondo la più tipica "filosofia del sistema" dordoni, in cui l'ambiente domestico è un paesaggio malleabile, capace di corrispondere a ciascun luogo e desiderio. ○



GAMFRATESI UN OGGETTO SARTORIALE A TAILORED OBJECT

Grazie al doppio background che attinge alla classica tradizione artigianale e del mobile danese e all'approccio progettuale e concettuale italiano, Stine Gam ed Enrico Fratesi - fondatori dello studio GamFratesi con sede a Copenaghen - ci raccontano il loro 'credo' in fatto di imbottiti e di progetto. Da questo substrato interculturale deriva il loro approccio creativo che si concretizza in una fusione di tradizione e rinnovamento e da una continua ricerca sperimentale di materiali e tecniche.

Thanks to the two backgrounds inspired by the classic Danish craftsmanship and furniture tradition and the Italian design and conceptual approach, Stine Gam and Enrico Fratesi - founders of the Copenhagen-based GamFratesi firm - told us their ideas on padded furniture and design in general. From this intercultural substratum derives their creative approach that takes shape in a fusion of tradition and innovation and from a restless experimental research on materials and techniques.



IL PROGETTO E L'IMBOTTITO

Il tema dell'imbottito, in particolare sedia e poltrona, è il tema a noi più caro. Sono oggetti molto intimi poiché in stretto contatto con il nostro corpo. Ci piace progettare spazi soft e per questo arredi generalmente comodi e morbidi sono spesso al centro dei nostri progetti di interni.

COMFORT & DETTAGLI

Il comfort va indubbiamente considerato, ma poi sono le proporzioni ed i dettagli che fanno la differenza. Ci piace pensare all'imbottito come un oggetto sartoriale, fatto di dettagli funzionali e in stretto legame con il progetto. A volte la parte complessa viene analizzata e formulata proprio per diventare la parte più importante del mobile, cercando di trasformare il problema in concetto progettuale.

L'ARTE DELLE PROPORZIONI

Negli ultimi anni abbiamo visto anche da parte dei brand di lusso una riduzione delle dimensioni. Un divano di alta qualità non deve necessariamente essere solo per spazi grandi e in configurazioni enormi. Si può creare un living prezioso e confortevole e di grande valore anche con proporzioni e spazi modesti.



IL DIALOGO CON I BRAND DEL SETTORE

Collaboriamo con alcune aziende leader nel settore come Minotti e Poltrona Frau e la loro esperienza in relazione con il nostro modello scandinavo rende ogni volta il processo stimolante ed interessante. Ormai è un dialogo, condividiamo pensieri e troviamo una direzione insieme per definire il prossimo progetto e la prossima collezione. Loro apportano un know-how di qualità tipico delle aziende italiane e noi cerchiamo di tradurre questa conoscenza in uno stile che rispetta i nostri principi in modo delicato e umano.

COSA CERCA IL MERCATO?

Noi lavoriamo con una cromia molto delicata, i tessuti sono sofisticati ed in combinazione con materiali naturali. Pensiamo che il mercato sia al momento concorde con il nostro stile, si cerca un lusso informale, intimo e naturale. gamfratesi.com

Stine Gam ed Enrico Fratesi - fondatori dello studio GamFratesi - foto di Petra Kleis. In basso, la poltroncina Shelley realizzata per Minotti. Pagina accanto, da sinistra: la seduta Beetle per Gubi e Fynn, sempre per Minotti.

Stine Gam and Enrico Fratesi - founders of the GamFratesi studio - photo by Petra Kleis. Bottom, the Shelley armchair made for Minotti. Opposite page, from the left: the Beetle chair for Gubi and Fynn, always for Minotti.



DESIGN AND PADDED FURNITURE

Padded furniture, especially chairs and armchairs, is something we really focus on. They are very intimate objects because they are in close contact with our bodies. We love to design soft spaces therefore usually comfortable and soft furnishings are often the focus of our interior design projects.

COMFORT & DETAILS

Comfort should undoubtedly be considered, but it's proportions and details which make the difference. We consider padded furniture a tailored object, made of functional details and closely linked to the project. Sometimes the complex part is analyzed and shaped exactly to become the most important part of the furniture, trying to transform the problem into a design concept.

THE ART OF PROPORTIONS

Over the last year luxury brands have been downsized. A high-quality sofa doesn't necessarily have to be just for large spaces and in huge configurations. You can create a precious, comfortable and valuable living room even in tiny spaces.

YOUR RELATIONSHIP WITH THE INDUSTRY COMPANIES

We team up with some leading companies in the sector such as Minotti and Poltrona Frau and their experience with Scandinavian design makes the process stimulating and interesting every time. Now it's a dialogue, we share ideas and find a direction together to define future projects and collections. They bring quality know-how typical of Italian companies and we try to translate this expertise into a style that respects our principles in a soft and human way.

WHAT IS THE MARKET LOOKING FOR?

We use very soft colors, fabrics are sophisticated and come in natural materials. We think that the market is currently in line with our style, we are looking for an informal, intimate and natural luxury.
gamfratesi.com



PhotographING
ANNIVERSARY



**MINOTTI, 25 YEARS OF WORK AND PASSION WITH RODOLFO DORDONI.
PHOTO FILIPPO ORSI COURTESY OF MINOTTI**

THE YEAR 2022 HAS BEEN AN IMPORTANT ONE FOR MINOTTI, THE BRIANZA-BASED COMPANY. IN FACT, HAS RECEIVED THE COVETED HONOR OF INSERTION IN THE SPECIAL REGISTER OF HISTORIC TRADEMARKS OF NATIONAL INTEREST, TO PROMOTE THE EXCELLENCE OF MADE IN ITALY. THE FIRM IS ALSO CELEBRATING THE 25TH ANNIVERSARY OF ITS COLLABORATION WITH RODOLFO DORDONI, WHO HAS GIVEN THE COMPANY A STRONG IDENTITY, SHAPING THE MINOTTI STYLE KNOWN ALL OVER THE WORLD. NOT JUST BY CREATING PRODUCTS, BUT ALSO BY OPENING THE WAY FOR INTERNATIONAL COLLABORATIONS, WITH TALENTS LIKE MARCIO KOGAN/STUDIO MK27, NENDO, GAMFRATESI, INODA-SVEJE AND CHRISTOPHE DELCOURT. 25 YEARS OF WORK AND FRIENDSHIP. "IF I LOOK BACK, I SEE THE SAME ENTHUSIASM, THE SAME PASSION, THE SAME APPROACH TODAY," DORDONI EMPHASIZES. "WE HAVE GROWN, BUT INSIDE WE ARE STILL THE SAME." (C.T.)
MINOTTI.COM





The Linha Fina table designed by Marcio Kogan /Studio mk27 for **Minotti**, characterized by the edge thickness of 16 mm for the top, with a length of up to four meters, in natural Santos rosewood or Dark Brown rosewood with matte polyester finish, or an ash wood version with black lacquer. The legs are in MDF with an internal metal structure, finished with laminate and lacquered in the Golden Brown color. Measurements: 400, 300, 280, 260 x115x74h cm.

MINOTTI, FLORIDA, DESIGN RODOLFO DORDONI Divano componibile in ecopelle con anima metallica immersa in un'imbottitura schiumata e rivestimento in fibra e tessuto idrorepellente. Poltroncine *Belt Cord Outdoor*, con struttura in alluminio verniciato opaco nello stesso colore delle corde intrecciate che ne definiscono lo schienale. • *A sectional sofa in eco-leather with a metal, foam-coated core and covered in water-repellent fibre and fabric. Belt Cord Outdoor easy chairs, with structure in matt painted aluminium, the same colour as the woven cord that forms the back.* minotti.com



VARASCHIN, TIBIDABO, DESIGN CALVI BRAMBILLA Lettino con schienale regolabile, struttura in alluminio verniciato e intreccio di corde sintetiche. Il comfort è assicurato dal mexicusino imbottito con gomma Dryfeel e rivestito in tessuto. Utilizzabile anche in aree salmastre. • *Sunbed with adjustable backrest, and painted aluminium structure with woven synthetic cord. The large comfortable cushion is padded with Dryfeel open-cell foam and has a fabric cover. Suitable also for use in brackish areas.* varaschin.it







Looking AROUND YACHT DESIGN

CUSTOM LINE 140' COLPISCE IMMEDIATAMENTE PER I SUOI SPAZI E I SUOI VOLUMI SIA ALL'ESTERNO, CON AREE DI OLTRE 200 METRI QUADRI, SIA ALL'INTERNO, CON AMBIENTI CHE SUPERANO I 300 METRI QUADRI. LA CONNESSIONE TRA POZZETTO E MAIN DECK (QUI SOTTO) E LE APERTURE CON GRANDI VETRATE SI RIPROpongONO ANCHE NEL LIVING DELL'UPPER DECK (IN BASSO). GLI ESTERNI SONO ARREDATI DA **MINOTTI**. POLTRONCINE DAIKI, COFFEE TABLE PATO, DIVANETTI SUNRAY



SENZA CONFINI

Uno spazio fluido che si ispira all'architettura residenziale ed elimina le barriere tra gli interni e il mare. È il concetto alla base del nuovo Custom Line 140'

Custom Line 140' è il più grande yacht mai costruito dal brand nel cantiere di Ancona. E rappresenta una vera e propria sfida a livello di tecnologia e volumi. L'uso di materiali ibridi e della fibra di carbonio ha consentito l'alleggerimento dei pesi e l'aumento delle prestazioni. Ma a stupire sono i volumi e il comfort di bordo. "Custom Line è una barca fatta a misura del suo armatore, che desiderava uno yacht di dimensioni maggiori rispetto a quello già posseduto", commenta Stefano de Vivo, CCO Ferretti Group. A pensarlo, un team collaudatissimo composto dallo studio Francesco Paszkowski Design (alla sua terza collaborazione con Custom Line) insieme al Comitato Strategico di Prodotto e alla Direzione Engineering Ferretti Group.

Paszkowski ha elaborato sia le linee esterne sia gli interni, per i quali si è avvalso della collaborazione di Margherita Casprini e del Custom Line Atelier. "Il brief progettuale era finalizzato a un restyling della linea planante esistente" spiega il designer. "Abbiamo lavorato per mantenere una continuità con la tradizione del marchio, enfatizzandone alcuni elementi distintivi come l'ampiezza e la fruibilità degli spazi esterni.

Abbiamo introdotto stili nuovi provenienti da altri universi progettuali quali l'automotive e l'architettura residenziale, ed è stata svolta un'accurata ricerca per mettere in risalto forme e volumi attraverso scelte in linea con le tendenze del living contemporaneo". Lo stile degli interni si ispira infatti ai codici dell'arredamento residenziale di lusso e uno dei punti cardine dell'intero progetto è la connessione tra le differenti zone,



LUNGO 42,61 METRI, LO YACHT HA UN PROFILO FILANTE CHE PREANNUNCIA DOTI SPORTIVE: NAVIGA A UNA VELOCITÀ MASSIMA DI 21,5 NODI. AL CENTRO, IL SALONE DEL MAIN DECK, L'ARREDO CUSTOM SI SPOSA CON PEZZI DELLE COLLEZIONI MINOTTI (POLTRONE TORII, DIVANO CONNERY, COFFEE TABLE SONG) IN BASSO A SINISTRA. LA CABINA ARMATORIALE CON BALCONCINO PRIVATO, POLTRONCINE LEA DI CASAMILANO. IN BASSO A DESTRA, L'ELEMENTO ARCHITETTONICO DELLA SCALA AEREA INTERNA.



d'arredo bespoke per accentuare quel sapore di casa, lontano da casa. Soluzioni architettoniche 'rubate' al residenziale danno tocchi di originalità, come la scala interna in coerenza stilistica con quella esterna che collega sun deck e upper deck: entrambe ribadiscono l'intento di eliminare barriere visive a bordo. "Volevamo offrire spazi esterni e interni ampi e sofisticati che massimizzassero la vivibilità a bordo e garantissero all'armatore privacy e benessere, enfatizzando il contatto con il mare", conclude de Vivo. Missione compiuta! ■
Désirée Sormani

soprattutto fra dentro e fuori. Grandi vetrate terra-cielo giocano un ruolo fondamentale nell'impianto architettonico: all'interno esaltano il contatto con il mare e aumentano l'afflusso di luce naturale, all'esterno rappresentano un segno grafico che dà dinamicità al profilo della barca. Le altezze di oltre due metri delle aree interne e il loro collegamento fluido rendono il layout arioso, l'abitare piacevole. Complici, nel gioco dinamico, anche i materiali usati e i dettagli dell'interior decoration: legno, pavimenti in rovere, pannelli laccati, cuoio a soffitto, marmi pregiati (Orobico lucido e Giallo Etrusco levigato, nei bagni) si alternano in armonia. E creazioni di brand iconici del Made in Italy - Minotti, Porada, Flexform, Flou, Casamilano, Gallotti&Radice, Maxalto - si accompagnano a elementi



Al Salotto di Milano
Viaggio tra Italia ed Egitto
per riscoprire le superfici

Cleopatra & Antonio i protagonisti al Salotto di Milano, in corso Venezia. Dal 17 al 23 aprile l'hub milanese si trasformerà in una Domus Romana, un viaggio nella storia tra Italia ed Egitto. Cap Arreghini ha creato un'installazione dedicata alla

matericità, una selezione di pitture decorative applicate a sei pareti, ognuna racchiusa in una cornice espositiva in texture oro. L'azienda vuole proporre una riscoperta delle superfici attraverso le sensazioni tattili.

Ombra

Piano in marmo
Ombra di Caravaggio, piedistallo in canneté marrone rame, opaco, e pedana in metallo finitura ottone. Sono le ricercate tonalità del tavolo Circle N31 di Scappini Home



La vie en rose

Un nuovo colore per la sedia Trill di Raffaello Galotto per Nardi. In resina fiberglass, con o senza braccioli e anche nella versione sgabello, è totalmente riciclabile



Giallo energia

Il duo italo danese GamFratesi firma questa poltrona per Minotti. Lido, qui nella versione con base a X, ha scocca curva su cui si appoggiano morbidi cuscini. Un design anni Cinquanta reinterpretato



Il gioco dei colori da Albers a Munari

Divertimento di stagione: scelte cromatiche rare e originali. Tenendo sotto mano i testi dei grandi autori sull'argomento

di Manuela Mimosa Ravasio

Cadono quest'anno i 60 anni del super classico *Interazione del colore* (Il Saggiatore) del pittore e maestro del Bauhaus

Josef Albers: il libro che ha cambiato il modo di vedere e concepire il colore, svelandolo in tutta la sua inaffidabilità. Con il tempo, ci siamo abituati a vivisezionare i colori nelle loro diverse implicazioni, psicologiche, filosofiche, percettive, emotive e persino motivazionali, ma ancora forse non abbiamo accettato quello che, su un'edizione serigrafica con 150 tavole a colori e relativi "esercizi" pubblicata per la prima volta dalla Yale University Press nel 1963, Albers dimostrava: il colore di per sé non esiste. L'indeterminatezza cromatica è innescata dalla luce, dall'ambiente, dalla vicinanza con altri colori, dal tempo di "posa" del nostro sguardo sul colore stesso, e persino dalla nostra memoria.

Parafrasando il titolo di una celebre canzone pop, insomma, il colore è relativo: pochissimi sono in grado di riconoscerne le diverse tonalità, e quindi gli altrettanti "colori", il che basterebbe a far capire, anche ai meno tecnici, quanto sia complessa una teoria del co-



Piccolo amico

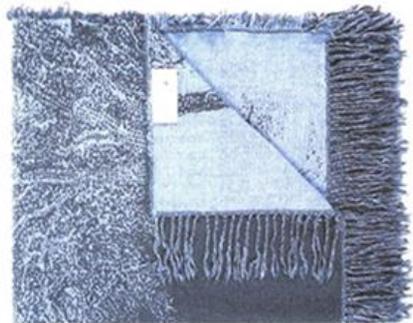
Un classico di Roberto Barbieri, il tavolino Baba di Poliform, ideale piano di appoggio vicino alla zona divani

lore. Ma relativo anche perché si struttura intorno a specifiche culture, simboli precisi: si pensi a quante volte, descrivendo un outfit di passerella, abbiamo ascoltato "abito color carne" (carne di chi...). Bruno Munari, per esempio, lavorò per sottrarre i colori agli stereotipi. Lo fece con i bambini, perché a loro si può chiedere l'odore del rosso, la materia del giallo, la consistenza del verde, il

suono dei diversi blu. Un universo cromatico in cui si è liberi di costruire i propri pattern, perché se il colore è (anche) espressione singolare, allora non ci possono essere vincoli, inquadramenti, dettami. Una riflessione più contemporanea però la si può fare, e forse l'avrebbe fatta anche Munari. Da dove vengono i colori? In un'epoca, la nostra, in cui "natura" sembra essere la parola d'ordine, anche il colore torna a essere concepito come un prodotto agricolo, un frutto della Terra, di cui bisogna prendersi cura. Le cronache raccontano che nelle coltivazioni del gado rinasce l'antico modo per ottenere il famoso blu mariano che i pittori del Duecento usavano per dipingere le vesti di santi e nobili: in quelle di reseda il giallo acceso, nei campi di coreopsis tinctoria e robbia si riscopre l'origine del rosso scuro usato per le toghe degli antichi romani. La chiamano nuova agricoltura del colore, ma in fondo è un modo per ribadire che questa festa cromatica, legata a doppio filo con la biodiversità del Pianeta, è da sempre simbolo di nascita. Ecco perché, istintivamente, associamo la primavera ai colori. Pensavamo fosse moda, e invece è stagionale fioritura.

Rosso China

La chaise-longue Onda di Armani Casa nasce dall'idea di un foglio di carta piegato. Cornice in legno massello, ha un materassino e un cuscino in tessuto, in questo caso di ispirazione orientale



Nel profondo blu

Firmata Ludovica+Roberto Palomba, la capsule collection di plaid Radici per Lanerossi è certificata Woolmark-Pure New Wool

Minotti

HALL OF FAME: ECCO TWIGGY

Non ha occhi grandi e magnetici ma, come la famosa modella degli anni Sessanta di cui porta il nome, ha la stessa capacità di rubare la scena. Come su una passerella, la linea di sedute di Rodolfo Dordoni mette in mostra il gusto sartoriale di Minotti, che ha trasformato questo prodotto dalle geometrie rigorose, vestito con outfit in pelle, in nabuk o in tessuto e impreziosito da una raffinata impuntura, in un nuovo modo di concepire il living. Audace e libero da schemi, compresi quelli tecnici.



RODOLFO DORDONI

Architetto e designer milanese responsabile della direzione artistica di molte aziende storiche italiane, dimostra la sua abilità progettuale muovendosi in diversi campi, design compreso.



Poltrona Twiggy



DESIGN HOSPITALITY

DIALOGUES OF STYLE

MINOTTI: MADE IN ITALY EXCELLENCE
IN CONTEMPORARY FURNITURE

Founded by Alberto Minotti in 1948 in Meda, Italy, today **Minotti** is a global brand. The original artisan workshop grew quickly and, from the 60s onwards, the company became an industrial concern in which tradition and innovation are in continuous dialogue. Over time, the business developed its own specific Minotti code, which becomes a constant feature of its collections: a genuine manifesto linked to the principles of moderation, aesthetics, timeless elegance, continuity with tradition and artisan savoir-faire, alongside meticulous attention to detail.

The latest Collection is a true exploration of new creative horizons, incorporating shapes, images and cultural references from around the world. Having journeyed through **Rodolfo Dordoni's** Italy and **Christophe Delcourt's** France, the Japan of **Nendo**, the Brazil of **Marcio Kogan / studio mk27** and the Denmark of **GamFratesi**, the brand brings together two cultures that are distant, yet closely linked: **Japan and Denmark**, the homelands of designer duo **Inoda+Sveje**.

Coordinated by **Rodolfo Dordoni** with **Minotti Studio**, the collection centres on the most exquisite cabinet-making, masterful upholstery, impeccably crafted tailoring and sought-after details. Fabrics, rugs, accessories and soft furnishings in natural shades, structural features

that enhance and embellish interiors, lending an astonishing contemporary character, albeit with strong links to the brand's historical and manufacturing roots. 1970s aesthetics blend with balanced and sophisticated Japanese stylistic influences and the modern natural flair of Nordic design in a gorgeous symbiosis that gives rise to a rich and harmonious ambience.

Despite their differences, the Japanese and Scandinavian cultures share a deep love of simplicity, craftsmanship and natural materials, a

**CENTRAL
TO THE IDENTITY
OF MINOTTI,
AMBASSADOR
OF A CLASSIC-
MODERN LIFESTYLE
IN THE RESIDENTIAL
AND HOSPITALITY
SEGMENTS,
IS THE FULL
EXPRESSION
OF THE MADE
IN ITALY CONCEPT**

language that Minotti makes its own. Minotti's international vision has led the brand to a widespread presence in 64 countries, with 50 flagship stores and a network of over 300 expert dealers around the world.

SPECIAL DESIGN

INTERIOR CREATIVITY

THE NEW LUXURY BETWEEN CRAFTSMANSHIP, PROJECT, RESEARCH AND DESIGN
IL NUOVO LUSSO NEL MONDO DELL'ARREDO, TRA ARTIGIANATO, PROGETTO, RICERCA E DESIGN

text Teresa Favi

"Some people think luxury is the opposite of poverty. It is not. It is the opposite of vulgarity", said Coco Chanel half a century ago. Ever lauded by opposers of maximalism, the custom of subtracting rather than adding has been widely practiced not only in fashion, but also in interior design - increasingly a driver of Made in Italy - which today seems to adhere to that most classical of aesthetic codes, the principle of *kalòs kai agathòs* (beautiful and good), borrowed from the Athenians of the 5th century. Nowadays any self-respecting piece of furniture must be beautiful on the outside and good on the inside. Creativity and innovation combine with quality and care. *Et voilà* the new luxury in the world of interior design, where craftsmanship and art itself are the essential research lab for design culture. Here are some Italian companies which, through a flagship object from their new collections, speak of this scenario in which the relationship between craftsmanship, industrial production and design focuses on the quest for outer beauty and inner goodness.

The Twiggy family of seating designed by Rodolfo Dordoni for Minotti stands out for its ability to revolutionise living spaces with a new unifying language, free of predetermined strategy and adaptable to constantly-changing needs. The items are rigorously geometric yet extremely inviting and comfortable, upholstered in leather, nubuck or fabric and embellished with fine stitching. 100% Made in Italy restful excellence, based on innovation, research and certified performance: these are the ingredients of the *MagniStretch* mattress by Magniflex: the inclined sections move in opposite directions in response to body weight: from the lumbar area towards the cervical area, and from the lumbar area towards the feet, facilitating complete relaxation of the body. The Flair lamp is a distillation of manual craftsmanship that pays homage to the Brutalism and Arte Povera of the Italian postwar period, using brass and raw welding to

"Alcune persone pensano che il lusso sia l'opposto della povertà. Non lo è. È l'opposto della volgarità" dichiarava Coco Chanel mezzo secolo fa. Da sempre sbandierata dai detrattori del massimalismo, la regola di togliere invece di aggiungere se non strettamente necessario è stata molto praticata non solo nella moda ma anche nell'interior design che oggi - settore sempre più trainante del Made in Italy - sembra rispondere al più 'classico' dei codici estetici, quello dei *kalòs kai agathòs* (bello e buono) degli ateniesi del V secolo. Oggi un pezzo di arredamento che si rispetti deve essere bello fuori e buono dentro. Creatività e innovazione si coniugano a qualità e cura artigianale. *Et voilà* il nuovo lusso nel mondo dell'arredo, dove l'artigianato e l'arte stessa sono il laboratorio di ricerca fondamentale nella cultura del progetto.

Ecco alcune aziende italiane che attraverso un oggetto-ambasciatore della loro nuova collezione, raccontano questo scenario dove il rapporto tra artigianato, produzione industriale e design si staglia sulla ricerca di bellezza esteriore e intrinseca bontà.

La famiglia di sedute *Twiggy* firmata da Rodolfo Dordoni per Minotti si distingue per la sua capacità di rivoluzionare gli spazi del living attraverso un linguaggio aggregativo nuovo: libero da schemi e preconfigurazioni, capace di adattarsi a esigenze in continua evoluzione. Gli elementi hanno forme geometriche rigorose, ma estremamente comode e avvolgenti, vestite in pelle, in nabuk o in tessuto e impreziosite da una raffinata impuntura. Eccellenza del riposo 100% made in Italy basata su innovazione, ricerca e certificazioni come garanzia di performance sono gli ingredienti del materasso *MagniStretch* di Magniflex: le lastre a sezioni inclinate sfruttano la pressione esercitata dal corpo per produrre un movimento in due azioni: dalla zona lombare a quella cervicale e dalla zona lombare verso i piedi, favorendo la completa distensione del corpo. La lampada di Flair è una summa di artigianalità manuale che rende omaggio al Brutalismo e all'Arte Povera del Dopoguerra italiano, grazie all'impiego dell'ottone mantenendone la peculiarità della lavorazione e saldature con il metallo al grezzo.



Fotografia by Rodolfo Dordani for Minotti





UN GESTO ALLA VOLTA

È il tocco artigianale che fa la differenza fra un masterpiece e un semplice oggetto di produzione. Nel made in Italy, il fattore umano gioca un ruolo fondamentale: sono le finiture fatte a mano, insieme all'abilità di disegno e costruzione, a dare un'anima a ciascun pezzo.

Un'imbottitura lavorata e trapuntata completamente a mano per formare quadrati rigorosi, uno schema dove la geometria è la griglia per la tridimensionalità. Le impunture sono l'elemento che più sorprende di Twiggy, la famiglia di sedute di Minotti disegnata da Rodolfo Dordoni per il living. Ispirata, fin dal nome - quello della supermodella britannica Dame Twiggy Lawson - a un ideale di bellezza atemporale, ha una connotazione couture, resa dalle cuciture, le vere protagoniste dei pezzi, che arrotondano e quasi esplodono il disegno alla base, molto lineare. Gli elementi che compongono ciascuna seduta sono quattro: il progetto nasce infatti dalla poltrona singola composta da schienale, sedile e dai due piedi, nelle versioni Small, Large e Deep, con e senza bracciolo. I volumi imbottiti di schienale e seduta poggiano sulla base curva in alluminio spazzolato semilucido oppure verniciato lucido color Black Coffee. In particolare, la finitura spazzolata semilucida con effetto materico, messa a punto da Minotti Studio e proposta in esclusiva, è ottenuta da una lavorazione artigianale; la spazzolatura dell'alluminio crea sfumature naturali. Così, ogni pezzo diventa unico. In aggiunta alla poltrona sono disponibili una panca, un couch e una chaise longue, da inserire liberamente nel living. Gli elementi di seduta hanno forme rigorose, ma le imbottiture, rivestite in pelle, in nabuk, o in tessuto, danno un effetto avvolgente. Twiggy è un prodotto 100 per cento made in Italy che prende forma grazie a un'attitudine sartoriale combinata all'abilità artigianale nella confezione. Twiggy Small in pelle e nature color Felce, MINOTTI (4.990 €), www.minotti.com.

www.mffashion.com

MFL

Magazine
For
Living

n. 60, APRILE 2023. Solo in abbinamento con MF/Mercati Finanziari - IT Euro 5,00 (3,00 + 2,00) TRIMESTRALE



Nella foto, da sinistra, Lorenza Luti, Susanna Mimotti, Carota Besetti, Giulia Moriconi e Maria Parro | Foto Max Cardoni

Supplemento al numero outdoor di MF/Mercati Finanziari. Spese di spedizione in abbinamento con MF/Mercati Finanziari

EVENTS / IL SALONE DEL MOBILE MUOVE LA CREATIVITÀ WORLDWIDE

PLACES / UNA DIMORA MILANESE D'AUTORE E UNA FUGA OUTDOOR

OBJECTS / LE NUOVE ICONE ISPIRANO SCENARI E TENDENZE DELL'ABITARE



DESIGN SYMPHONY

DAL TEATRO ALLA SCALA AL MONDO. UNA NEW GEN' AL FEMMINILE RISCRIVE I CODICI DELL'ARREDO ITALIANO



DESIGN SYMPHONY

BY STEFANO RONCATO

Tre simboli di Milano. Il Teatro alla Scala, il design e le donne dell'arredo. Capitane coraggiose che portano avanti le loro storie di famiglia, traghettando le imprese di cui portano il nome nell'Olimpo del mondo. In occasione della 61ª edizione del Salone del mobile e della Design week milanese, *MFL-Magazine For Living* ha riunito cinque manager nella cornice del tempio della lirica italiana per uno scatto esclusivo. Carola Bestetti (Living divani), Lorenza Luti (Kartell), Susanna Minotti, Giulia Molteni e Maria Porro sono le eredi delle grandi dinastie del furniture italiano. Una nouvelle vague al femminile che definisce il nuovo scenario dell'imprenditoria made in Italy e che si racconta tra passato, presente e futuro, aneddoti, sfide e traguardi. Come orchestrali, ognuna con la propria visione, sono veicoli del valore del design. Protagoniste di una storia che parte da Milano, Metropoli sinonimo di creatività, Città-ombelico dell'universo del design. Hub sperimentale per le nuove espressioni dell'arredo, che quest'anno dà ampio spazio al lighting, grazie anche al rinnovato format della biennale EuroLucce. Ma che, nella settimana più hype dell'anno, racconta anche di anniversari importanti e porta in scena tutte le novità presentate in anteprima mondiale. I progetti dei distretti cittadini si rianimano in uno sforzo corale, così come i grandi ritorni nella fiera più importante per il comparto. Una sinfonia che indaga anche la forza di spazi abitativi contemporanei, dalla casa anni 30 al buen retiro della villa sul lago di Como. Universi che si rinsaldano nel segno di una progettualità ricercata. Storie con una scenografia speciale. Un palcoscenico tutto italiano. (riproduzione riservata)

NELLA FOTO E IN COVER, DA SINISTRA, LORENZA LUTI, SUSANNA MINOTTI, CAROLA BESTETTI, GIULIA MOLTENI E MARIA PORRO RITRAITE AL TEATRO ALLA SCALA. FOTO MAX CARDELLI

SUSANNA MINOTTI

BY ILARIA DE BARTOLOMEIS

Tutto è iniziato nel 1948 quando Alberto Minotti ha avviato a Meda un laboratorio per la produzione artigianale di arredi, che presto è diventato industria. Successivamente i figli, Renato e Roberto, attualmente amministratori delegati dell'azienda, hanno portato il marchio sui mercati internazionali e oggi accanto a loro è attiva la terza generazione, di cui Susanna Minotti fa parte. In qualità di head of interior decoration department coordina la progettazione degli store, che rappresentano la finestra sul mondo del brand.

Quali sono gli oneri e gli onori di questa eredità?

Con mio fratello e i miei cugini faccio parte della terza generazione alla guida di Minotti è ogni giorno mi confronto con mio padre, mio zio e Rodolfo Dordoni, che da 25 anni è il nostro art director. Ognuno di noi ha un ruolo specifico, ma siamo legati da una visione comune. Le sfide che ci aspettano sono molto diverse da quelle di mio nonno che ha fondato l'azienda quando l'Italia si stava rialzando e tutto doveva essere ancora creato, soprattutto nell'arredo: il nostro è un ruolo di custodi di ciò che è stato fatto, ma anche di lucidi interpreti della contemporaneità, per portare il Dna del brand nel futuro.

Quali sono gli ambiti su cui si lavora oggi?

Un tempo il nostro motto era «classici oggi, classici domani», ma adesso sono richieste competenze nuove, per esempio riguardo alla sostenibilità dei processi e materiali. Sono necessari investimenti in nuove tecnologie per rispondere in maniera sempre più precisa alle esigenze dei professionisti e del mercato. Non da meno è l'interesse riguardo alla rete dei nostri fornitori. Operiamo in un'area di grande valore artigianale che dobbiamo tutelare: dal futuro delle maestranze dipende anche il nostro.

La Brianza è una zona di grande concentrazione di aziende del design. Quale valore ha la concorrenza?

È uno dei motori della creatività e della crescita in generale. Apprezziamo l'agonismo sano e il confronto con le aziende che, come la nostra, sono a conduzione familiare: siamo mossi da valori simili. Insieme, ma ognuno con la propria impronta, rendiamo il made in Italy un valore tangibile.

Quali sono le esigenze del mercato e come rispondete?

Il pubblico di oggi è competente, esigente e innamorato dell'esclusività. Partendo da questo presupposto, ci impegniamo a garantire qualità e tempestività sul prodotto e nell'ambito del servizio. Lavoriamo per offrire

collezioni versatili che permettano di creare configurazioni quasi custom made, ma abbiamo anche sviluppato un'agilità aziendale che ci consente di far fronte a esigenze speciali, come quelle dello yachting.

L'espansione del marchio passa anche dalla progettazione dei punti vendita di cui lei si occupa?

Absolutamente sì. Siamo presenti in 64 Paesi, attraverso 50 flagship store e oltre 300 distributori qualificati: l'obiettivo è quello di continuare a portare il marchio con i suoi valori nel mondo, con grande accuratezza e qualità.

Come si trasmette il messaggio del brand attraverso la progettazione dei negozi?

Ogni volta cerchiamo di calarci nella città che ci accoglie e di adattarci alla circostanza in cui ci troviamo, impegnandoci per ottenere un'interpretazione unica. Facciamo un lavoro di comprensione del contesto architettonico, come a Firenze, dove siamo intervenuti in un palazzo del '500. Ci interroghiamo sul tipo di esperienza che i clienti si aspettano di vivere in negozio: ci sono luoghi nel mondo dove il progetto deve essere spettacolare e altri dove l'approccio è molto più intimo, quasi sartoriale, da boutique. In ogni caso, però, tutti gli store devono trasmettere il nostro lifestyle, garantendo un'esperienza immersiva e concreta del brand.

Come si definisce il vostro lifestyle?

Tradizione e sobrietà estetica raccontano il nostro lifestyle. L'attenzione ai dettagli coinvolge tutti i reparti produttivi. Con le nostre collezioni vogliamo creare atmosfere e per farlo lavoriamo su una stratificazione di linguaggi: selezioniamo i designer con cura, in base al valore aggiunto che possono portare al marchio e alla nostra idea di abitazione colta.

Che cosa significa fare cultura del design oggi?

Come accadeva in passato, le aziende, gli architetti e i designer devono saper tradurre il tempo che cambia. Oggi uno dei grandi temi riguarda la sostenibilità che viene interpretata attraverso i materiali, le tecnologie e i processi produttivi, ma anche con un'estetica senza tempo.

Che cosa rappresenta per lei Milano?

Milano è la città in cui vivo e in cui si è formata la mia idea di design e architettura, quella che influenza il mio lavoro. Milano, la Brianza e il Salone del mobile sono una culla che accoglie persone provenienti da tutto il mondo, ma anche un porto da cui il design salpa per conquistare il mondo. (riproduzione riservata)

«Il nostro è un ruolo di custodi di ciò che è stato fatto, ma anche di lucidi interpreti della contemporaneità del marchio»



FOCUS ON



Revolutionary character

The Twiggy system bursts into the Minotti collections with novel appeal, full of charm, reinterpreting the ideal of timeless beauty that is always evolving in the company's creations. A seating family – designed by Rodolfo Dordoni – with an irreverent character (like the fashion icon for which it is named), in terms of

aesthetics and relationships with space. The project stems from the single chairs in the Small, Large and Deep versions, with or without armrests. These are joined by a bench, a couch and a chaise longue, which can be freely inserted in the living area as a system of components for free and easy configuration. The new language

of grouping breaks away from schematic formulas, adapting to constantly evolving needs. Rigorous but extremely accommodating in its design, Twiggy dresses up in leather, nubuck or fabric; refined stitching sets the rhythm of the coverings, adding distinctive decoration that also reveals the brand's sartorial expertise.

MINOTTI

Hall 7/E15-G24
TWIGGY seating system,
design Rodolfo Dordoni



Two in one

Designed by the studio m2atelier, SKINS Wine Cabin is a refined cabinet that contains and encloses the undertop wine cooler, one of the latest and most versatile products of Signature Kitchen Suite (the brand of premium built-in appliances of the LG Electronics group). A freestanding element, also at the center of the room, SKINS combines urban imagery with vintage references thanks to the combination of materials for tactile and chromatic effects. The rotating central base in burnished brass supports a perforated structure in various precious guises produced by A&B Wood Finishes, including tobacco-tone wood wrapping micro-grograin glass.

The unit can contain up to 41 bottles in the wine cooler set below the counter, together with a "vanity" zone for storage of glassware and stoppers, corkscrews and bottle openings, carafes and decanters. With SKINS the wine cabin becomes a highly decorative furnishing element, ready to enhance interiors for the most refined moments of convivial enjoyment.

SIGNATURE KITCHEN SUITE

Via Alessandro Manzoni 47
SKIN Wine Cabin, design m2atelier

Interno giorno

Sei stanze,
un'idea di casa,
tra sottrazione
e massimalismi.
In primo piano
il comfort,
la creatività e la
forza del colore

di Anita Sciacca

foto di Valentina Sommariva



8



7



9

Il giapponese Nendo, che firma una collezione di sedute per Minotti, sognava di avere un negozio di animali. «Poi ho capito che il lavoro era venderli...». «Ho sempre paura di diventare troppo abile a evitare gli errori e inibire così le sfide più audaci»

«Non ho nessun altro interesse che il design»

Tratto principale del tuo carattere.

«Ho una vita privata noiosissima. Indosso camicie bianche e pantaloni neri e stesso tipo di calze e biancheria. La routine quotidiana mi fa sentire a mio agio: ogni giorno porto fuori il cane, vado nello stesso ristorante e mi siedo sulla stessa sedia».

Il tuo peggior difetto

«Non avere interesse per niente altro che il design».

E il miglior pregio?

«Non avere interesse per niente altro che il design».

L'ultima volta che hai pianto.

«Non ricordo, ma piangerci se il mio cane Kinako morisse».

Il giorno felice della tua vita.

«Vorrei sempre che ogni giorno sia felice come fosse il giorno più felice della mia vita».

Il più bel dono ricevuto.

«Aver potuto visitare lo studio di Alessandro Mendini e parlare con lui. Prima che me ne andassi, mi ha fermato e regalandomi una tessera di mosaico di vetro, icona del suo lavoro. Mesi dopo è morto, e quella piccola plastrina è diventata uno dei miei tesori, insieme alla conversazione avuta con lui».

La città dove vorresti vivere.

«Tokyo. Il suo senso della velocità, il rumore moderato e il caos organizzato ma confuso hanno un impatto positivo sulla creatività. Densità di persone, traffico e cartelloni pubblicitari creano un'atmosfera che ispira design e idee».

L'errore che non rifaresti.

«Finora ne ho fatti tanti, ma ho sempre paura di diventare troppo abile a evitarli, e inibire così le sfide più audaci. Così, le cose che considero "fallimenti" non potranno più essere chiamate tali».

Il successo di cui sei più fiero?

«In ogni progetto ci sono sempre elementi andati bene e altri meno. Non ho mai avuto un successo al 100%, e se c'è anche l'1% di "elementi non andati bene", mi interessa. Di conseguenza, non mi interessa il restante 99% degli "elementi andati bene". Quindi l'orgoglio scompare naturalmente...»

Il tuo eroe

«Issey Miyake. Un giorno mi ha chiamato per chiedermi di creare una sedia dallo scarto dei suoi tessuti plissettati. Ero entusiasta e dopo un po' gli ho mostrato un prototipo simile a una sedia, fatto di carta rinforzata con resina: «Non è ancora una sedia», gli ho detto. «No, è una sedia», ha ribat-

«La lezione di Issey Miyake che mi aveva chiesto una sedia con gli scarti di tessuto: un progetto è completo anche se grezzo»

di SILVIA NANI



tuto. Da architetto sono abituato a creare lentamente, Miyake mi ha insegnato che un progetto si può considerare completo anche se grezzo».

Cosa ti fa arrabbiare?

«Non è rabbia, ma come designer non sono così abile, a volte sono frustrato quando vedo designer dotati di talento e potenziale che non li sfruttano al massimo».

Come concili lavoro e privato?

«Ti sarei molto grato se mi dessi tu la risposta a questa domanda!»

Se non fossi designer che lavoro ti sarebbe piaciuto fare?

«Sognavo di avere un negozio di animali. Poi ho capito che il lavoro consisteva nel venderli. Il che non era per me. Alla fine però fare il designer è quasi la stessa cosa: il proprietario nutre i suoi animali, e io devo coltivare bene le mie idee per presentarle ai clienti».

”

Conservo come un tesoro la tessera di mosaico che Mendini mi regalò quando lo incontrai nel suo studio

Che cosa deve avere un marchio per poter costruire insieme una relazione duratura?

«Per me contano amicizia e fiducia per le persone più che le caratteristiche del marchio stesso».

Che rapporto hai con i social?

«Per ora non li uso. Indosso sempre gli stessi vestiti e faccio le stesse

cose, i miei post sarebbero dei monotoni copia e incolla».

Con Minotti avete sviluppato la collezione Torii: i punti focali?

Torii è una collezione di sedute nata nel 2020. All'inizio era un "attore non protagonista" da aggiungere ai grandi divani di Minotti, i "protagonisti". Ovvero non è il piatto principale, ma una presenza come le olive o i grissini. Man mano sono stati aggiunti pezzi per la zona pranzo e l'esterno, come il "formaggio" a fine pasto. Quest'anno Torii Bold e Torii Outdoor Nest sono il "secondo piatto».

E come vorresti proseguire?

«Non saprei. Una delle grandi differenze tra Minotti e altri marchi è che non collaborano con i designer per singoli prodotti ma li uniscono creando uno scenario "di stagione". In altre parole, i designer non interagiscono, è

la famiglia Minotti a fare da direttore d'orchestra. E noi suoniamo in un unico brano musicale».

Consiglio a un giovane designer
«Nel fare ci sono due scelte: la via facile e la difficile. Se scegli sempre quest'ultima e ti diverti, puoi diventare un bravo designer».

Ti senti cambiato dopo questi 3 anni così diversi?

«Durante la pandemia ho rivisto il mio modo di pensare. Scomponendo e ricostruendo tutto, inclusa la mia filosofia progettuale, con il processo di pensiero sono stato in grado di rimuovere le impurità e fare chiarezza. Grazie a questo periodo, la mia vita di designer potrebbe essersi allungata un po'».

Cosa non perdoni nel lavoro?

«Sembra banale: se un prodotto non soddisfa i nostri standard di qualità non uscirà dallo studio».

Un difetto nel sistema design

«Le aziende stanno scoprendo che non c'è solo lo schizzo: il ruolo del design è affrontare questioni sociali. Quindi per soddisfare i clienti servono competenze interdisciplinari. Ovvero, oggi i progetti sono complessi e dobbiamo adattarci. Forse non è un difetto, ma l'indicazione che il design è a una svolta».

E una virtù?

«È meraviglioso che il design sia apprezzato e desiderato, e il suo campo si stia espandendo».

Vacanza preferita?

«Venire a Milano a controllare i prototipi».

Cosa ti piace (e non ti piace) dell'Italia

«Il cibo delizioso. Non mi piace che, con il cibo così buono, tendo a mangiare troppo e a stare male».

Come passi il tempo libero?

«Penso al design. Durante questi momenti offuscò intenzionalmente la mia attenzione per permettere ai pensieri di espandersi. Un tempo prezioso».

Il tuo motto.

«La funzionalità è essenziale al progetto. Ma il "divertimento" (fun) è parte della parola "funzione" (function). Quindi includere la gioia rientra nel buon design».

Stato d'animo attuale.

«Dopo 18 anni alla Design Week e 3 anni di assenza, provo un misto di eccitazione e ansia».

Cosa farai dopo questa settimana?

«Inizierò a pensare ai nuovi pezzi per il Salone 2024, già sul volo di ritorno».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Da sinistra di Minotti, divanetto da esterni Torii Nest Outdoor; accanto, divano Torii Bold. Qui a destra, le poltrone Torii Bold nelle varianti con base o con piedini. In alto, l'autore Oki Sato, dello studio Nendo



Rapporti Design

1991

L'INTUZIONE DEI CAMPANA
Oltre 20 anni fa i fratelli brasiliani Fernando e Humberto realizzarono la poltrona Favella, poi prodotta anche da Edra, con legno di recupero.

L'outdoor sceglie elementi rivisitati per un inno alla natura dal fascino rétro

Le tendenze. Nelle nuove collezioni gli arredi lasciano spazio all'ambiente naturale per cui sono stati pensati all'insegna del principio di economia ecologica. Tra i materiali domina l'eleganza mimetica di ferro e alluminio

Fabrizia Villa

Il più possibile con il meno possibile. Le nuove collezioni outdoor sembrano ispirarsi a quel principio di economia ecologica professato da Gilbert Clément, il più grande paesaggista contemporaneo, l'eterico del Giardino in movimento, quello spazio in cui la natura non è assoggettata e soffocata dalle briglie di un progetto e dove spesso è più prezioso sapere cosa non fare piuttosto che intervenire. Con i nuovi arredi sembrano fare un passo indietro per lasciare spazio all'ambiente naturale per cui sono stati pensati.

Si trova in sintonia con quest'orientamento la collezione Lido con cui Cappellini debutta nell'outdoor. «Ci siamo rifatti a quella che è la nostra memoria collettiva, cioè i terrazzi, le spiagge, i giardini dei grandi alberghi dell'Italia meridionale o delle coste francesi d'inizio '900», spiega Giulio Cappellini. «Ho voluto lavorare sulla dimensionalità, penso che la misura consenta di vedere la qualità del progetto». La collezione è divisa tra novità e pezzi rivisitati, tra cui spiccano la Thinking Man's Chair di Jasper Morrison, riproposta a 30 anni dalla sua presentazione, la serie di imbottiti Newwood Lido di Eroglaro Taverna, progettata nel 2018 e che ora torna con sedili, poltrone e divanetti rivisitati per l'esterno, e la Vendicanti chair di Ingrid Maddalà, interamente realizzata in alluminio.

Di un'eleganza mimetica anche l'altro grande debutto nel mondo dell'outdoor, quello di Molteni & C.

Sotto la guida del creative director Vincent Van Duysen, la collezione presenta materiali e colori organici, tecnologia nascosta e un rigore che la rende atemporale. Tre i concetti attorno a cui ruota la proposta del brand: la collezione Landmark, che rivisita l'inedito divano Pallinfrasca disegnato da Luca Meda nel 1994, la collezione Timeout, firmata dallo stesso Van Duysen e ispirata all'architettura modernista in cui il ferro è protagonista, la collezione Heritage che propone la bellissima chaise longue D.150, progettata da Gio Ponti per gli spazi esterni dell'Andrea Doria.

Il principio di linearità è alla base della collaborazione tra Knoll e Piero Lissoni, che al Salone punta sull'esterno. «Lissoni Outdoor Collection si affianca stentatamente ad altre collezioni outdoor di Knoll. Il divano è formato da una struttura in alluminio, proprio per questo è un prodotto pensato per durare nel tempo o per essere poi trasformato in qualcosa d'altro alla fine della sua vita».

Un omaggio, infine al savoir faire italiano è quello del designer inglese Francis Spina che per Bonacina firma una collezione, nella versione per l'interno in giunco e midollino e per l'esterno in polycote, dall'anima spiccatamente decorativa che è un inno alla natura. I died pezzi, che evocano nelle linee immagini di piante e creature marine come i coralli, durante la Design Week avranno come naturale palcoscenico le famose sale di Palazzo Litta.

Le proposte di Cappellini, Molteni & C., Piero Lissoni-Knoll, S-Cab e Bonacina

ta», sottolinea il designer. Il motivo microforato che si trova sul retro dello schienale del divano e della poltrona ne definisce l'estetica contemporanea, mentre gli ampi cuscini suggeriscono un relax informale.

Si adatta a luoghi ed esigenze diverse FLAP, il progetto di Meneghelo Paoletti per S-Cab, collezione modulare di imbottiti che gioca su quattro moduli e si distingue per lo schienale mobile, un allettone, un flap, che si adagia sul nobile della struttura e che può ruotare sull'asse di circa 15 gradi, consentendo al cuscino di supporto di avere differenti inclinazioni, un'idea semplice e complessa allo stesso tempo.

Un omaggio, infine al savoir faire italiano è quello del designer inglese Francis Spina che per Bonacina firma una collezione, nella versione per l'interno in giunco e midollino e per l'esterno in polycote, dall'anima spiccatamente decorativa che è un inno alla natura. I died pezzi, che evocano nelle linee immagini di piante e creature marine come i coralli, durante la Design Week avranno come naturale palcoscenico le famose sale di Palazzo Litta.

Le proposte di Cappellini, Molteni & C., Piero Lissoni-Knoll, S-Cab e Bonacina

«Dai metalli ai tessuti, tutto ruota intorno alla sostenibilità»



L'intervista Ludovica Scrafini e Roberto Palomba

Architetti e designer

Alla Design Week di Milano si presentano con progetti outdoor per aziende anche molto diverse tra loro. C'è un filo rosso che collega le vostre proposte per l'esterno? Il nostro è uno studio di architettura e di industrial design, ma la mentalità di un architetto è di avere sempre una visione d'insieme per poi andare nel dettaglio, che in questo caso sono le aziende. I prodotti che presentiamo quest'anno hanno in gran parte la caratteristica di essere ecosostenibili,

non solo per quanto riguarda i materiali, ma anche per la lavorazione. Proponiamo delle innovazioni tecnologiche invisibili che li rendono semplici da un punto di vista visivo. Il nostro è un design che la semplicità è la complessità risolta e infatti attraverso piccoli dettagli abbiamo potuto disegnare dei prodotti semplici visivamente e anche molto accoglienti, perché la semplicità per noi è accoglienza.

Potete farci un esempio pratico? Per Talent, con cui saremo in Fiera e al Chiostro di Umantaria, abbiamo disegnato Skyline, dei padiglioni molto semplici, perché attraverso giunti in pressofusione in alluminio posizionati agli angoli della struttura si possono creare microarchitetture flessibili per dimensioni, leggere ed eleganti grazie all'utilizzo di un sodino di alluminio di 4 centimetri di diametro e riciclabili al 100%.
Come il vostro modo di progettare architettura influenza il vostro modo di pensare all'outdoor? Tutto quello che noi facciamo è al servizio dell'architettura e al servizio dell'azienda naturalmente. Noi siamo sempre attenti a come i prodotti verranno usati in uno

spazio e alla libertà che questo prodotto consente di progettare. Non si possono avere prodotti tutti uguali, devono avere anche dimensioni variabili, consentire al progettista di poter accogliere quel prodotto e declinarlo a suo piacere. Quando diciamo che siamo al servizio dell'architettura, vogliamo dire che siamo al servizio dell'essere umano che vive quell'architettura.

Nuovi materiali e tecnologie, come è cambiato il modo di progettare l'outdoor? L'attenzione alla sostenibilità oggi è imprescindibile, ma per noi è una fissazione fin dalla nascita del nostro studio. Sappiamo benissimo che il pianeta che abbiamo è il solo che ci è dato, per cui va utilizzato con intelligenza. Quest'anno ci sono materiali che consentono di essere più ecologici ed etici dal punto di vista del consumo del mondo. Abbiamo utilizzato tutti materiali riciclabili, dai metalli ai tessuti. Più le aziende ci supportano in questo senso, più possiamo disegnare in una direzione sostenibile.

—E.V.L.



Contemporary. Sedute Lido Core Outdoor disegnate da Gini Fratesi per Molteni

Incorda. Sedia da pranzo Kissi, design di Denis Barbero per Iabel D



Contemporaneo. Divano della Lisoni Outdoor Collection disegnata da Piero Lissoni per Knoll



Manoir. Collezione Heritage di Molteni & C con la D.150.5 progettata da Gio Ponti



Etnico. Daybed della collezione Karem disegnata da Ludovica Scrafini e Roberto Palomba per Talenti



Equilibrio. Tavolini Heko outdoor di David Lopez Quiñones per Gervasoni



Modulare. Flap è una collezione componibile di imbottiti caratterizzata da uno schienale mobile, ad allettone (Flap) è un progetto outdoor di Henrique Paoletti per S-Cab



Dining. Poltroncina Alpacero Bistrot di Matteo Thun e Antonio Rodriguez per Etmo



Modulazione. La Thinking Man's Chair di Jasper Morrison per Cappellini



Classica. Collezione di arredi indoor e outdoor disegnata da Francis Spina per Bonacina in giunco e midollino o polycote

Nuove aperture Marazzi show ad Atene e Madrid

Marazzi ha aperto due nuovi flagship store ad Atene e Madrid. Il primo, curato da Gianluca Rossi di Uainot architetti, si ispira al labirinto della mitologia greca e mixa piastrelle di ceramica e gres porcellanato. Il secondo, progettato da Antonio Citterio e

Patricia Viel, è una Wunderkammer di colori e materiali che esalta l'artigianalità delle collezioni Marazzi. In entrambi i casi, i nuovi showroom offrono un'esperienza intensa e coinvolgente grazie all'utilizzo di colori e materiali innovativi.



Prospettive
Colpo d'occhio sul "viale" scandito da oasi verdi che attraversa lo spazio Minotti all'interno della Hall 7 del Salone del Mobile di Milano, a cui l'azienda partecipa dalla prima edizione



▲ Space and Soul

In alto, uno schizzo di Roberto Minotti per lo stand fieristico. Sopra, uno dei grandi camini all'interno dello spazio e attorno ai quali si organizzano gli ambienti della "casa Minotti". Un'idea di Total Living raccontata in 50 negozi monarca in tutto il mondo

Più spazio per l'anima lungo il viale Minotti

Renato e Roberto raccontano l'idea guida del loro stand in fiera 4000 mila metri quadrati che integrano anche una corsia del padiglione

di Manuela Mimosa Ravasio

Sarà come un intermezzo riflessivo nel rutilante percorso del Padiglione 7. Un salto in una dimensione introspettiva dell'abitare, dove i singoli prodotti sono "solo" accenti di un racconto più ampio; quello di Minotti, azienda nata 75 anni fa a Meda. Un'area dedicata di 4 mila metri quadrati, 800 in più di quella dell'edizione 2022 del Salone del Mobile, per mettere in scena quello che è stato definito Space and Soul, perché all'anima, come ai frammenti di vita, ai momenti di convivialità, si deve spazio.

«La scelta di aumentare la metratura del nostro stand non è dettata da un mero inseguimento di numeri o quantità», spiegano Renato e Roberto Minotti. «Questa di menzione era necessaria per rappresentare l'evoluzione e l'identità di un'azienda che ama esprimersi attraverso architetture complesse capaci di dar vita a una pro-

fonda idea dell'abitare. Ambienti in cui i prodotti dialogano con lo spazio costruito, e più che esibirsi, raccontano una cultura, uno stile». Lo stand Minotti integra parte della corsia del padiglione creando una sorta di viale di una settantina di metri scandito da ampie zone verdi che conduce all'interno di una "vera casa". Attorniate da grandi vetrate, si attraversano zone notte e giorno, aree dining e living, tutte affacciate su giardini d'inverno, in un continuo fluire tra ambienti indoor e outdoor.

«L'idea di pensare le collezioni dentro architetture reali non è venuta meno neanche con i progetti per gli spazi open air», continuano i fratelli Minotti. «Esterno e interno sono legati da un dialogo stilistico da cui risuona una comune atmosfera. Colori, materiali, forme, aromi, sono "solo" strumenti. Ed è il motivo per cui, anche in uno spazio di così grande dimensione, l'atmosfera è intima, familiare. Crediamo che nessuno, in un mondo così ricco di stimoli e in-

formazioni, possa carpire in poche ore i dettagli di un prodotto, ma la suggestione offerta da un ambiente, il suo carattere emozionale, resta». La memoria, d'altra parte, è un elemento fondativo nel carattere di un'azienda. Così, a ritmare i momenti di vita espressioni dello stile Minotti ci sono una serie di camini contemporanei: «Il camino è un oggetto, e un concetto, importante» spiegano. «Rappresenta l'intimità domestica, e per noi un riferimento architettonico al grande camino che Gigi Radice volle per la nostra villa a Meda». C'è infine, in una presenza così importante al Salone del Mobile, il senso di responsabilità e del ruolo di distretto produttivo simbolo della capacità manifatturiera delle imprese italiane. A un anno dall'inserimento nel Registro speciale dei Marchi storici di interesse nazionale istituito dal Mise, Minotti conferma la volontà di tutelare il patrimonio comune del Made in Italy.

COMUNICAZIONE PUBBLICITÀ

ORBITO CARINCO - MEDITERRANEO - FUGIUS COLLECTION
FORT LAURENT - M. ALDORFOSI - IPOBEO - COLLECTION

OLTRE 45.000 LASTRE DA VEDERE E OPZIONARE SU MAGAZZINOONLINE.MARGRAF.IT

margraf.it
marmo by nature

Iniziativa

MFL omaggia le eredi del design italiano

Riunite al teatro alla Scala, simbolo di Milano, sono come orchestrali capaci, ognuna con la propria visione, di portare il Made in Italy nel mondo. Carola Bestetti, Lorenza Luti, Susanna Minotti, Giulia Molteni e Maria Porro fanno parte di una nouvelle vague al femminile che definisce gli scenari dell'imprenditoria e si racconta tra passato, presente e nuove sfide

Raffigurate come orchestrali ognuna con la propria musica, i loro nomi risuonano nel tempio della lirica per dare una nuova linfa all'architettura italiana. Con uno sguardo rivolto alla loro storia e le prospettive orientate al futuro, **Carola Bestetti** (coedi Living divani), **Lorenza Luti** (direttore marketing e retail di Kartell), **Susanna Minotti** (head of interior decoration department di Minotti), **Giulia Molteni** (direttore marketing e comunicazione di Molteni&C) e **Maria Porro** (direttore marketing e comunicazione di Porro) sono le eredi delle grandi famiglie dell'arredo italiano.

espositori. «The city of lights», questo è il concept dell'edizione 2023, che ospita la **Biennale Eurohuc** e conferisce nuova vitalità alla manifestazione. Quest'anno i padiglioni del lighting, ripensati dallo studio **Lombardini22** con un intervento di **Formafantasma**, ospiteranno anche i talenti del **SaloneSatellite**, in un continuum creativo che accoglie 550 designer da 34 Paesi e promuove il dialogo intergenerazionale, come quello con **Gaetano Pesce**, che rinnova la collaborazione con **Bottega veneta**. Inoltre, l'aspetto digitale è potenziato da un sistema di orientamento tra i padiglioni che faciliterà la connessione tra visitatori e aziende, anche attraverso una sinergia delle funzionalità di sito e app. Lo stesso spirito di innovazione entra nel numero per illuminare gli spazi abitativi contemporanei, dalla casa anni 30 al buen retiro della villa sul lago di Como. Universi che si risaldano nel segno di una progettualità ricercata, stone con una scenografia speciale e un palcoscenico tutto italiano. Una sinfonia che prende vita e continua il suo dialogo con la città di Milano, intrecciando materiali preziosi con colori pop e ispirazioni alla natura, per raccontare le novità del design. In un clima di celebrazione, il numero omaggia anche **Cassina**, che in occasione del 50° anniversario



La cover del nuovo MFL60

Ognuna con le proprie esperienze e secondo la propria visione portano il valore del design italiano nel mondo. Una nouvelle vague al femminile che definisce il nuovo scenario dell'imprenditoria made in Italy. Riunite al teatro alla Scala, simbolo di Milano, per uno scatto esclusivo del fotografo **Max Cardelli** per **MFL - Magazine For Living**, in uscita in abbinamento con **MF**, il quotidiano dei mercati finanziari. Le cinque imprenditrici hanno raccontato per questo nuovo issue la tradizione di famiglia, le loro sfide, le loro ambizioni e il loro legame indissolubile e speciale con la città meneghina. Intorno a questa cover story e alle sue interviste, di cui in queste pagine sono stati riportati alcuni abstract, c'è la metropoli che ospita la 61ª edizione del **Salone del mobile**. Milano fino al 23 aprile. Una vetrina dell'eccellenza del settore dell'arredamento e appuntamento irrinunciabile per addetti ai lavori e non solo. Un evento che coinvolge i padiglioni di **Fiera Milano Rho** con quasi 2 mila

della collezione **Cassina iMaestri**, l'azienda presenta «Echoes, 50 years of iMaestri», un'esposizione che celebra il passato con una visione che guarda al futuro. Ancora, con un'architettura luminosa prende vita **Aria infinita**, un omaggio a **Zaha Hadid**, scomparsa nel 2016, per celebrare i dieci anni di collaborazione con **Slamp**. Invece, per il suo centenario viene celebrato **Calligaris**, che per l'occasione riedita lo storico tavolo allungabile **Orbital**, disegnato da **Pierluigi Spina** nel 2011. Invece, in tema di collaborazioni, spiccano il debutto di **Natuzzi** con **Bjarke Ingels**, founder dello studio danese **BIG-Bjarke Ingels group** e **Ingo Maurer** con **Foscarini**. Il marchio di design torna a Milano con la presentazione di una lampada componibile e un'installazione luminosa open-air. Infine, sempre nel capoluogo lombardo, **David Chipperfield** assieme allo studio **Arup** svilupperanno un'arena dove si svolgeranno le gare di hockey su ghiaccio. (riproduzione riservata)

Carola Bestetti: «Il cambio generazionale è la sfida»

Appena quarantenne, **Carola Bestetti** ha preso le redini di **Living divani**, l'impresa di famiglia fondata nel 1969 dai suoi genitori, **Renata Pozzoli** e **Luigi Bestetti**, in Brianza, diventando uno dei più giovani amministratori delegati di un'azienda del design italiano.

E alla guida di una delle realtà che hanno reso grande il design italiano nel mondo. Quali sono le responsabilità di un'eredità così importante?

La responsabilità più grande nel passaggio generazionale riguarda il saper mantenere saldi i valori fondanti del nostro marchio, ma è altrettanto indispensabile riuscire a far comprendere all'interno dell'azienda i cambiamenti necessari per crescere in termini di paradigma, di competitività e di produttività.

Quali contributi e nuove visioni sta por-



tando la vostra generazione?

Questa generazione è propensa al dialogo e all'ascolto. Abbiamo molto chiara l'importanza della condivisione di conoscenze ed esperienze nell'ambito dei mercati, delle certificazioni, delle best practices. Insieme potremmo creare vere scuole di mestiere che garantirebbero un futuro al settore.

Come amministratore delegato quali sono le prime azioni che ha messo in campo?

Dal 2020 al 2022 l'azienda è cresciuta del 57%, raggiungendo un giro d'affari di oltre 30 milioni di euro. Abbiamo dovuto riorganizzare i flussi produttivi per renderli più fluidi. Abbiamo inserito macchinari automatizzati e aumentato la superficie dell'area produttiva con l'acquisto di un immobile adiacente alla fabbrica. (riproduzione riservata)

Ilaria De Bartolomeis

Lorenza Luti: «In Kartell porto un tocco al femminile»

Direttore marketing e retail di **Kartell**, **Lorenza Luti** rappresenta la terza generazione dell'azienda di famiglia, fondata dai nonni materni. Dopo la laurea in Economia all'Università Bicocca, con una specializzazione in Marketing e management strategico, ha iniziato a lavorare prima in **Ermenegildo Zegna**, per poi approdare in **Kartell**.

Qual è stato il più grande contributo che ha portato in azienda?

Ho portato un tocco femminile, che dopo mia nonna era stato trascurato. Nell'ultimo decennio ho lavorato molto sulla parte digital, un mondo completamente nuovo per l'azienda, e ho dato il mio contributo soprattutto alla strategia retail.

Cosa invece ha imparato lavorando con la sua famiglia?

Sicuramente i valori fondamentali nel lavoro: essere curiosi, mettere sempre tutto in discussione e anticipare i cambiamenti tenendo sempre ben salda l'identità



dell'azienda, senza mai stravolgerla.

Il Teatro alla Scala è uno dei luoghi più significativi di Milano. Che cosa rappresenta per lei il capoluogo lombardo e questo teatro per Kartell?

Sotto il brand **Kartell** abbiamo aggiunto la dicitura «Made in Milano», che rappresenta le nostre radici, ma che significa anche «fatto col cuore». Per noi Milano è casa e per me, in particolare, è la metropoli più bella al mondo. Il Teatro alla Scala, poi, è nostro partner e abbiamo avuto la possibilità di lavorare con il suo corpo di ballo per festeggiare i 20 anni della **Louis Ghost** disegnata da **Philippe Starck**, per questo importante anniversario è stato creato un passo a due per una delle nostre sedute più iconiche, simbolo di trasparenza. Per noi essere qui è proprio come essere a casa. (riproduzione riservata)

Nicole Bottini

Susanna Minotti: «Siamo custodi del Dna di famiglia»

In qualità di head of Interior decoration department, **Susanna Minotti** rappresenta la terza generazione dell'azienda di famiglia. Tutto è iniziato nel 1948 quando **Alberto Minotti** ha avviato a Meda un laboratorio per la produzione artigianale di arredi, che presto è diventato industria. Successivamente i figli, **Renato** e **Roberto**, attualmente amministratori delegati dell'azienda, hanno portato il marchio sui mercati internazionali.

Quali sono gli oneri e gli onori di questa eredità?

Con mio fratello e i miei cugini faccio parte della terza generazione alla guida di Minotti. Ognuno di noi ha dei compiti specifici, ma siamo legati da una visione comune. Il nostro è un ruolo di custodi di ciò che è stato fatto, ma anche di lucidi interpreti della contemporaneità, per portare il Dna del brand nel futuro.



Quali sono gli ambiti su cui si lavora oggi?

Un tempo il nostro motto era «classici oggi, classici domani», ma adesso sono richieste competenze nuove, per esempio riguardo alla sostenibilità dei processi e materiali. Operiamo in un'area di grande valore artigianale che dobbiamo tutelare, dal futuro delle maestranze dipende anche il nostro.

L'espansione del marchio passa anche dalla progettazione dei punti vendita?

Absolutamente sì. Siamo presenti in 64 Paesi, attraverso 50 flagship store e oltre 300 distributori qualificati. L'obiettivo è quello di continuare a portare il marchio con i suoi valori nel mondo. **Come si definisce il vostro lifestyle?**

Tradizione e sobrietà estetica raccontano la nostra idea di abitazione colta. (riproduzione riservata)

Ilaria De Bartolomeis

XTRA

Ciò che veste il progetto Minotti è di per sé un progetto: si chiama Textile and Leather Collection. Ben oltre il semplice rivestimento, ogni filato è ideato e ingegnerizzato a cura dell'Ufficio Stile interno all'azienda, al fine di seguire con estrema attenzione tutte le fasi, dalla ricerca al processo creativo, fino a quello produttivo. Tessuti e pelli prendono forma contestualmente alla creazione di un nuovo elemento della collezione; struttura e rivestimento si fondono in un unico oggetto valorizzandone le forme e il design, esaltandone il comfort e diventando parte di un linguaggio capace di interpretare diversi stili: dallo scandinavo moderno alla leggera sobrietà giapponese, fino alle atmosfere Seventies. minotti.com



style PROJECT

What dresses up the Minotti project is in itself a project: it's called Textile and Leather Collection. Beyond the simple upholstery, each thread is designed and engineered by the internal Style Office of the company, in order to closely follow all stages, from research to creative process, up to production. Fabrics and leathers take shape simultaneously with the creation of a new element of the collection; structure and upholstery merge into a single object enhancing its shapes and design, emphasizing comfort and becoming part of a language capable of interpreting different styles: from modern Scandinavian to light Japanese sobriety, up to Seventies atmospheres.





MINOTTI
l'intramontabile eleganza del nero
 the eternal elegance of black

Nuova veste per le sedute Lido Cord Outdoor di Minotti, ora disponibili anche in nero. Una colorazione che conferisce ancor più carattere alla collezione di arredi da esterno firmata dallo studio GamFratesi, perfetto esempio della coerenza stilistica con cui Minotti interpreta gli spazi indoor e outdoor. Al centro del progetto Lido Cord Outdoor resta il divano lounge semicirco con schienale rivestito in corda di polipropilene e dalla peculiare forma organica che su un lato offre una seduta formale e sull'altro invita a distendersi e a rilassarsi nell'abbraccio di una morbida nicchia.

A new look for the Lido Cord Outdoor seating elements from Minotti, now available in black. A color that lends even more character to the outdoor decorating collection by GamFratesi, a shining example of the stylistic coherence among all of Minotti's interpretations of indoor and outdoor spaces. Again at the center of the Lido Cord Outdoor project, the semi-round lounge sofa with its polypropylene cord-covered backrest and the peculiar organic shape: on the one end, a formal seat and on the other a cozy, soft nest, an invitation to stretch out and relax.

available at
MINOTTI
www.minotti.com

VETRINA / OUTDOOR



1

1 ★ MINOTTI

Lido Cord outdoor, design GamFratesi. Scocche in acciaio inox verniciato bronzo rivestite con un intreccio di corde in polipropilene, nell'inedito colore nero. Divano lounge semicurvo cm 224x135x42/98 h

➤ MINOTTI.COM

2 ★ POLTRONA FRAU

Lepi outdoor, design Kensaku Oshiro. Puf in alluminio rivestito con corda in polipropilene intrecciata a mano disponibile in tre varianti colore: taupe, ecru e rust. Struttura verniciata gesso o basalto. Cm 121x45x37 h

➤ POLTRONAFRAU.COM

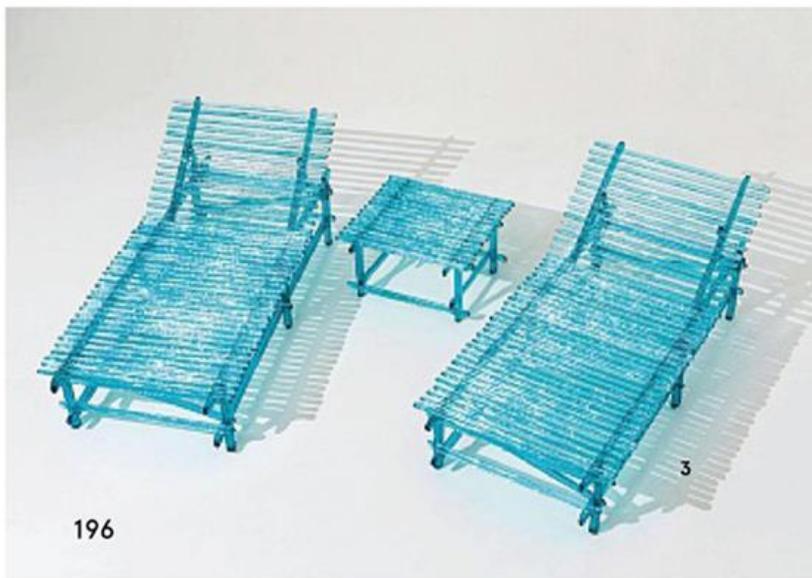


2

3 ★ EDRA

A'mare, design Jacopo Foggini. Lettino prendisole e tavolino basso realizzati con stecche di policarbonato semi-trasparente. Lavorate a mano e leggermente irregolari, ricordano i riflessi dell'acqua. Cm 205x92x49 h e 72x72x41 h

➤ EDRA.COM



3



Tavolino Apacheta in rovere cesellato con rivestimento in velluto di cachemire e seta, Christian Mohaded per Loro Piana Interiors. **Lampada da parete** Ixa XL in alluminio, Foster+Partners per Artemide. **Divano** Raphael rivestito in tessuto Gary con gambe in alluminio verniciato, GamFratesi per Minotti. **Tappeto** Swing Floor 02 di Marcante-Testa per Carpet Edition. **Tavolino** Carl in acciaio gofrato a polvere e top in pietra lavica, Castello Lagravinese Studio per Berto. **Vaso** Volcano in ceramica smaltata, Bosa. **Poltrona** Arobase rivestita in tessuto Orsetto Flex, Antoine Fritsch & Vivien Durisotti per Roche Bobois. **Lampada** da terra Guerra Fredda in cemento, mattonelle e alluminio, Duccio Maria Gambi. In tutte le foto: parapetto di **piastrelle** in gres porcellanato Confetto, collezione Crogiolo di Marazzi; rivestimenti Tay in piallaccio naturale tinto di Tabu



Stanze in & out

Imbottiti sinuosi, stuoie grafiche e luci stilizzate trasformano logge e terrazze in eleganti oasi relax, in sintonia con la natura

STYLING ALESSANDRA SALARIS
FOTO BEPPE BRANCATO

dossier



Divano Dylan Low, Rodolfo Dordoni Design

Anatomia di uno **STILE**, che è un **MODO** di essere. Minotti, classico contemporaneo

Farsi carico della tradizione, avendo la capacità di innovare e interpretare la contemporaneità. Declinare il classico al tempo presente e a quello futuro non è semplice. Richiede consapevolezza e fedeltà. A se stessi.

di Maria Elena Molteni

Minotti, un'azienda che dal cuore della Brianza ha raggiunto tutto il mondo, forte di una tradizione familiare oggi alla terza generazione, 75 anni di storia alle spalle, è la rappresentazione forse più limpida di questa possibilità di essere classici e moderni al tempo stesso. Una cifra stilistica, ma anche una scelta precisa. Classico e contemporaneo è un equilibrio "che è maturato con noi", spiega **Roberto Minotti**, alla guida dell'azienda con il fratello Renato. L'azienda nasce a Meda nel 1948. Allora, vista l'epoca, era "molto orientata al classico", ma rapidamente "nostro padre ha dato corso a una metamorfosi verso quello che era concepito come moderno per quei tempi. Il dna aziendale porta con sé un'anima che viene dal lontano classico. Noi, che siamo un'unica famiglia, abbiamo sempre cercato di conservare questo atteggiamento di rispetto nei confronti delle origini classiche, ma chiaramente di affrontare la modernità e il contemporaneo adeguandoci ai tempi e ai segnali dei mercati (oggi sono 80 quelli ai quali ci rivolgiamo), che sono diversi e caratterizzati da culture differenti. Nel tempo, accrescendo il network e le relazioni a livello internazionale, l'azienda è cresciuta, rinnovandosi seppur ancorata ai valori delle proprie origini. Questo essere contemporanei e conservativi allo stesso tempo, per noi significa mantenere certe finiture e concetti di sartorialità, di vera couture, pur reinterpretandoli e trasferendoli su volumi che rappresentano una nuova modernità, tenendo conto dell'evoluzione dei tempi e delle abitudini dei consumatori più evoluti".

COUTURIER DELL'ARREDO

"Vogliamo affrontare sfide complesse e ricercate in termini produttivi per tenere alto il livello della qualità intrinseca del prodotto. Abbiamo scelto di perseguire determinate lavorazioni sartoriali di qualità e finiture per mantenere lo spirito artigianale seppur

dossier

con numeri rilevanti da industria. Un sottile equilibrio “nello stile, nelle proporzioni di prodotti di ogni collezione” e “la persistente ricerca e presenza di dettagli sofisticati, complessi nella loro realizzazione ma motivo di distinzione”. Un esempio? Il sistema di sedute modulari Dylan, lanciato quest'anno in occasione della recente edizione del Salone del Mobile di Milano, per il design firmato da Rodolfo Dordoni: “Molto moderno nel volume, ma caratterizzato da impunture, finiture e cuciture che gli conferiscono quasi una lettura da classico. Ecco allora quale può essere una coerente definizione di classico oggi: “Il fatto di essere artigianali - chiosa Minotti - all'interno di una dimensione industriale. Ci rivolgiamo a una clientela internazionale in cinque continenti, che ama la modernità, il comfort e al tempo stesso desidera essere stimolata da un design d'avanguardia e al passo con i tempi”.

SOLIDITÀ E MATURITÀ

In occasione dei 75 anni di storia, Minotti si è presentata al Salone con “un'architettura espositiva volutamente realizzata per lanciare un messaggio di solidità e maturità del brand, precisione e di volontà di essere rassicuranti nei confronti del mercato e dei nostri clienti. All'interno di questa architettura, abbiamo contestualizzato la nuova collezione, per fare percepire il prodotto in maniera ancora più precisa e stimolante. La collezione è composta da sistemi di sedute, di contenitori, di letti, di outdoor e indoor: molto generosa. Il prodotto principe è il divano 'Dylan' che ha tre anime: una più moderna e contemporanea, sollevata da terra su una base molto sottile; la variante 'Dylan Low' è più vicina a terra e generosa nei volumi. Una seduta più innovativa, la prima, una più borghese la seconda. Proprio da qui emerge la nostra doppia anima: avere in un prodotto unico un doppio messaggio. Una variante molto moderna, lineare, flottante e una più a terra, generosa nei volumi e più classica. La terza variante del medesimo prodotto 'Dylan Small' è meno profonda, capace di adattarsi a dimensioni di Hospitality, ma anche di case dalle dimensioni più contenute”. Altra proposta la famiglia di sedute 'Raphael', dal tratto leggero e sofisticato tipico dello stile del duo italo-danese GamFratesi: si tratta di un nuovo modo di costruire lo spazio living grazie all'uso di singoli arredi “che possono andare ad esempio in matching con il divano Dylan. Di nuovo un abbinamento interessante con forme geometriche che si incontrano, con le linee organiche”.

CONTRAPPUNTI ARMONICI

Medesimo contrappunto armonico tra volume e leggerezza lo esprime Torii Bold, una famiglia di sedute che, nata dalla radice progettuale dell'iconica Torii a firma dello studio Nendo, mantiene inalterati la morfologia dello schienale, presentando però un'estetica più solida e compatta: le due famiglie dialogano tra loro in un sapiente gioco di volumi pieni e vuoti. Lo schienale, dallo spessore esile, è ritmato da trapuntature a doghe verticali e da un piping, in ecopelle o econabuk, che disegna il perimetro dell'imbottitura: dettagli sartoriali che ancora una volta sottolineano l'aspetto couture della confezione. I piedini, impreziositi da un piccolo bottone-gioiello, conservano il gioco di incastri tra elementi verticali e orizzontali ispirato ai dettagli costruttivi tipici della tradizione giapponese, da cui la famiglia trae il suo nome, e accolgono il volume imbottito di divani e poltrone.

Imprese & Territori

Alta velocità, Italo potenzia la flotta: da 51 a 60 treni entro fine 2027

Trasporti

L'ad La Rocca: «Vogliamo valorizzare gli investimenti che fa il Paese con il Pnrr»

Oggi scatta l'offerta estiva: via ai servizi integrati con Itabus in tre regioni del Sud

Marco Morino

Scatta la stagione estiva di Italo, la compagnia ferroviaria privata dell'alta velocità. È sarà un'estate all'insegna dell'intermodalità. Da oggi debuttano i collegamenti in sinergia con Itabus, l'operatore del trasporto su gomma a lunga percorrenza che un mese fa è stato acquistato da Italo. Il binomio Italo-Itabus offre tra connessioni di viaggio treno-gomma, con la comodità di un unico biglietto valido per entrambi i mezzi. Si parte con Campania, Puglia e Sicilia, che saranno raggiungibili dalle grandi città del centro-nord. Dice Gianbattista La Rocca, amministratore delegato di Italo: «Grazie a questa operazione, i viaggiatori avranno a disposizione un servizio reale di mobilità integrata, un progetto in cui Italo crede e che studia da anni per facilitare gli spostamenti sul territorio». Italo affronta la nuova sfida dell'intermodalità con una flotta composta da 51 treni (fabbricati da Alstom) e 100 bus Man (gruppo Volkswagen). Ma questo è solo il punto di partenza, perché l'inten-

zione dell'azienda è crescere, sia nell'offerta di servizi in Italia e soprattutto all'estero, sia nella flotta. Tenuto conto anche del Pnrr (piano nazionale di ripresa e resilienza) e del relativo programma di potenziamento e ampliamento della rete ferroviaria nazionale. Afferma La Rocca: «Noi siamo un'azienda che vuole valorizzare gli investimenti che fa il Paese. Per quanto riguarda i treni, il nostro obiettivo è aumentare il numero di mezzi tra il 2023 e il 2027, entro la seconda metà del 2027». Ovvero: i treni Italo potrebbero salire dagli attuali 51 a circa 60 entro i prossimi 4 anni. Anche il numero di bus aumenterà. «Prima però di indicare delle cifre - chiarisce l'amministratore delegato - dobbiamo completare l'integrazione con Itabus in Italo».

La Rocca insiste poi su un concetto: la flessibilità. «Il treno continua l'ad - viaggia dalle ore 6 fino alle 23. I bus invece non si fermano mai. In questo modo, con Italo-Itabus siamo in grado di offrire un servizio 24 ore su 24, che copre anche quei territori che non sono collegati alla ferrovia. E soprattutto possiamo viaggiare anche di notte». Tra gli aspetti più rilevanti della strategia aziendale, c'è lo sviluppo all'estero. Dice La Rocca: «Dalla primavera del 2024 puntiamo a lanciare servizi stabili integrati gomma-treno che, partendo da alcune grandi stazioni ferroviarie, si estendono in Europa». Qualche esempio: Milano-Ginevra, Torino-Lione, Trieste-Budapest, Verona-Monaco di Baviera. In questo modo, un passeggero che sale a Roma può raggiungere le principali città europee. L'altro versante è rappre-



Trenveloc. Un'immagine della flotta di Italo: la compagnia dispone di 51 treni

sentato da nuove connessioni in Italia, sempre con l'idea di spingere il bus là dove si fa preferire al treno. La Rocca parla di nuovi collegamenti stradali da Napoli/Salerno verso la Basilicata (Potenza e Matera) oppure verso la costa ionica della Calabria (Crotone), come pure da Roma verso l'Adriatico. Poi c'è anche il fattore stagionale: in estate più collegamenti verso il mare, in inverno verso la montagna.

Uno sguardo, infine, all'andamento della domanda di trasporto, che aveva subito un crollo durante gli anni della pandemia. Prosegue La Rocca: «Il segmento turismo è già ai livelli pre Covid e, in qualche caso, li ha superati. Il segmento business è meno brillante, ma in continua crescita. Italo ha aumentato la produzione, cioè il numero di treni in circolazione, del 25% rispetto al periodo del Covid. Direi che la domanda sta rispettando la crescita dell'offerta di treni».

LA FLOTTA
Aumenterà anche il numero dei bus (al momento sei 100) una volta completata l'integrazione con Itabus

DESTINAZIONE EUROPA
Dalla primavera 2024 al via servizi stabili integrati gomma-treno che collegheranno l'Italia alle città europee

TERNA AL TOP SOSTENIBILITÀ
Terna ai vertici della sostenibilità in Italia e nel mondo. La società guidata da Giuseppina Di Foggia, ha confermato la propria inclusione in quattro

fra i più prestigiosi indici internazionali in campo ESG: Indici sostenibili MIB ESG e quelli FTSE4Good, EuroNext Vigeo e S&P Developed 100 Gender Equality & Inclusion

SISAL PUNTA SULL'INNOVAZIONE
Per Sisal, gioco regolamentato, l'innovazione non è soltanto una leva di business ma anche un driver di responsabilità sociale

Minotti spinge sull'estero e investe per rafforzarsi nella Corea del Sud

Arredo

L'azienda brianzola investe sull'apertura di un flagship di mille mq su quattro livelli

Giovanna Mancini

È la quarta economia asiatica per dimensioni, nonché una delle capitali del mondo in cui il mercato del lusso sta crescendo più rapidamente (+24% nel 2022). Per questo Minotti ha deciso di rafforzare la propria presenza in Corea del Sud e investire sull'apertura di un grande flagship store (1.000 mq su 4 livelli) nel quartiere di Gangnam-Hoildong, una delle zone più prestigiose di Seoul.

La nuova apertura rientra in un piano di crescita della rete retail dell'azienda brianzola, che si è avvalorata sui negozi monomarca, il modello di gestione del mercato asiatico, dove Minotti è già presente con otto monomarca in Cina, tre in Giappone e due in India. Entro l'anno saranno 10 le nuove vetture, in tutto il mondo, che porteranno il numero del flagship store presenti in Asia. Tra questi, un nuovo negozio a Kobe, in Giappone, uno a Mumbai, ma anche due in Europa, a Lisbona e a Düsseldorf. Sempre più strategico anche il mercato africano, dove l'azienda ha flagship a Casablanca e Tunisi, portando a sei il numero di negozi sul territorio.

«Sono presidi in Corea del Sud, ma abbiamo ritenuto che fosse un momento di cambiare passo», spiega Renato Minotti, coo di azienda asiatica nel fratello Roberto - e cercare

un nuovo partner con cui dare vita a una struttura importante. In una zona prestigiosa di Seoul, che ci dà l'opportunità di cavalcare la crescita del Paese, dov'è stato sviluppando rapidamente la fascia media e anche una clientela esigente e attenta alla qualità».

L'azienda di Meda, 230 milioni di fatturato nel 2022 (+17% sul 2021), esporta l'85% della produzione all'estero, con un mix ben bilanciato di mercati, predica Renato Minotti. Che sull'andamento del 2023 si dice ottimista, se bene ammetta un rallentamento rispetto allo scorso anno e predica un'evoluzione prudente sulle previsioni per i prossimi mesi. «Nonostante la crescita sia stata

L'azienda, con 230 milioni di fatturato nel 2022 (+17% sul 2021), esporta l'85% della produzione all'estero

inferiore a quella del 2022, ovvero a una cifra non più da due, abbiamo comunque un positivo primo semestre, il che già un risultato soddisfacente, visto il contesto economico, tra l'inflazione e l'incertezza geopolitica», dice l'imprenditore. «È visto il buon andamento della collezione 2023 e del Salone del Mobile dello scorso aprile, confidiamo che anche la seconda parte dell'anno sia positiva».

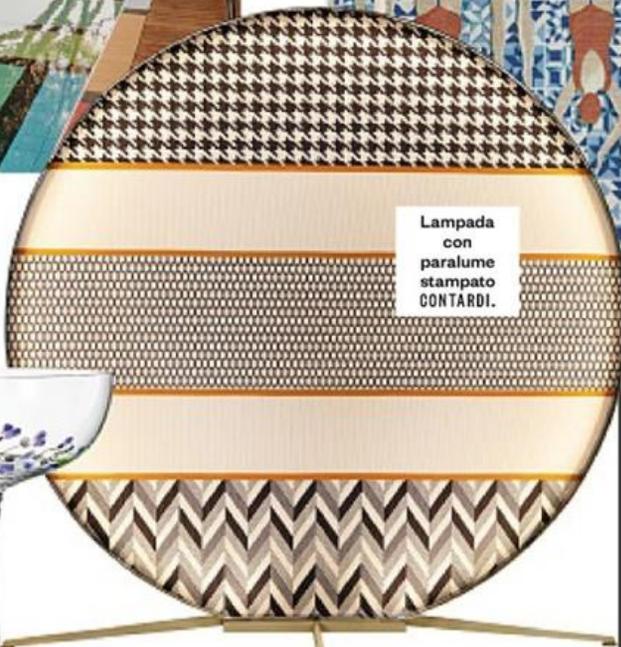
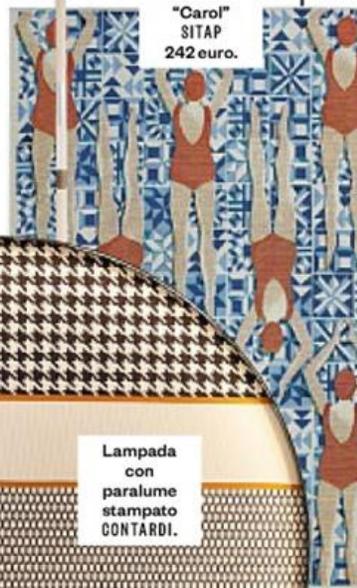
Oltre al retail, per l'azienda cresce anche il canale omnicom, che per l'azienda di Meda costituisce non tanto i grandi fornitori per i negozi, ma soprattutto in commesse per la grafica di lusso e nello sviluppo di un nuovo segmento di mercato, ovvero la fornitura di prodotti per i negozi di moda e del lusso.

020.420000000



Ombrellone
"Riviera"
BUSINESS
& PLEASURE
599 euro.

Tappeto
da esterni
"Carol"
SITAP
242 euro.



Lampada
con
paralume
stampato
CONTARDI.

Gran riviera

*Fantasie ispirate
alla moda, intrecci,
profili sinuosi, una
coppa di champagne.
Tempo libero
di alto rango*

Coppa
da champagne
TIFFANY&CO.
540 euro (su
modaoperandi.
com)



Divano "Torii
Nest Outdoor"
con schienale
in corda
intrecciata
MINOTTI.



Il film di un marchio top, le ultime tendenze della cucina, un "silent book" che fa parlare (anche) gli oggetti, la libreria virtuale ma pur sempre di carta

L'ecologia in cucina

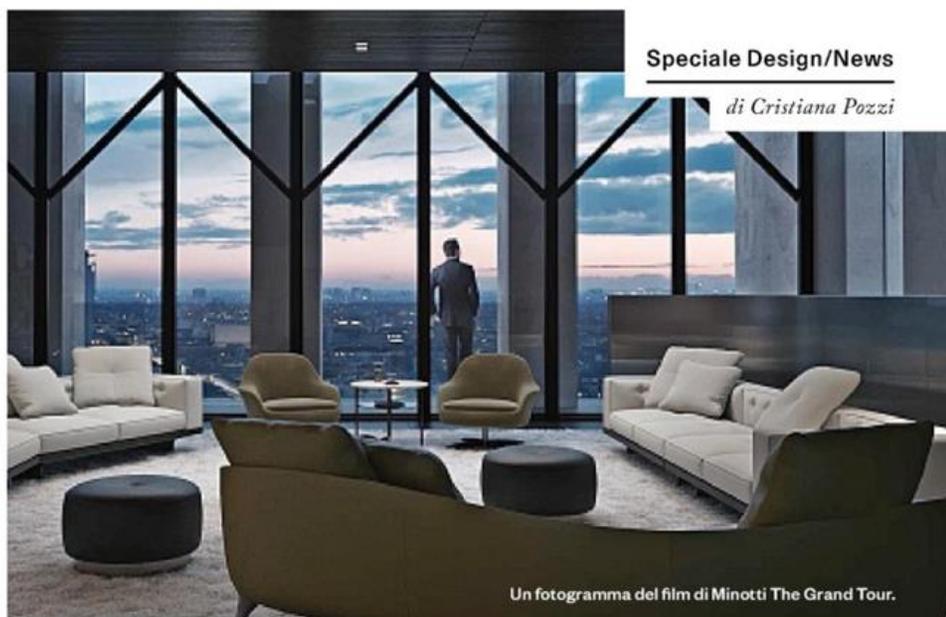
Gestione virtuosa degli scarti di lavorazione, risparmio di risorse, impiego di materiali "post-consumo", vernici atossiche, legni da foreste e coltivazioni certificate... La strada verso la sostenibilità è lunga e in salita ma nel design sono sempre di più le aziende che si sono messe in pista. L'impegno di Arrex Le Cucine, marchio che quest'anno ha superato la boa dei cinquanta, è riconosciuta da un Ecol Design Award, che premia le realtà più virtuose sul fronte green. Un risultato che deriva anche dalla collaborazione con Recycla, società di Herambiente specializzata nel trattamento e recupero degli scarti industriali.

INFO: ARREX.IT



A sinistra, un programma di Arrex Le Cucine.

A destra, un'illustrazione del libro di Matita.



Un fotogramma del film di Minotti The Grand Tour.

Spunti creativi

Interni da cinema

Dai piani alti di una Milano che sembra New York all'azzurro del mare. Per festeggiare i 75 anni di vita, Minotti si affida alla settima arte e gira un vero e proprio film, intitolato *The Grand Tour*. Giocato sul confine sempre più sottile tra realtà e mondo virtuale, trasporta lo spettatore in cinque suggestive location fisicamente distanti tra loro ma accomunate dalla stessa idea di lifestyle. Tutte e cinque sono arredate con pezzi del brand, dalle novità 2023 ai grandi classici. E che il set sia un grattacielo di ultima generazione, uno yacht esclusivo o uno chalet di montagna, gli arredi - va da sé - rubano la scena. INFO: MINOTTI.COM

Il frigorifero trasformista

Date una festa e dovete mettere in fresco molte bottiglie? Lo scomparto freezer vi serve solo in estate per il gelato? Nel frigorifero combinato V4000 di V-ZUG, grazie alla funzione "Monofridge" lo scomparto freezer può essere convertito in poche ore in un normale vano frigo, offrendo ancora più spazio per mantenere freschi gli alimenti. La tecnologia "PureCool" lo promuove anche dal punto di vista energetico.

INFO: FRIGO2000.IT



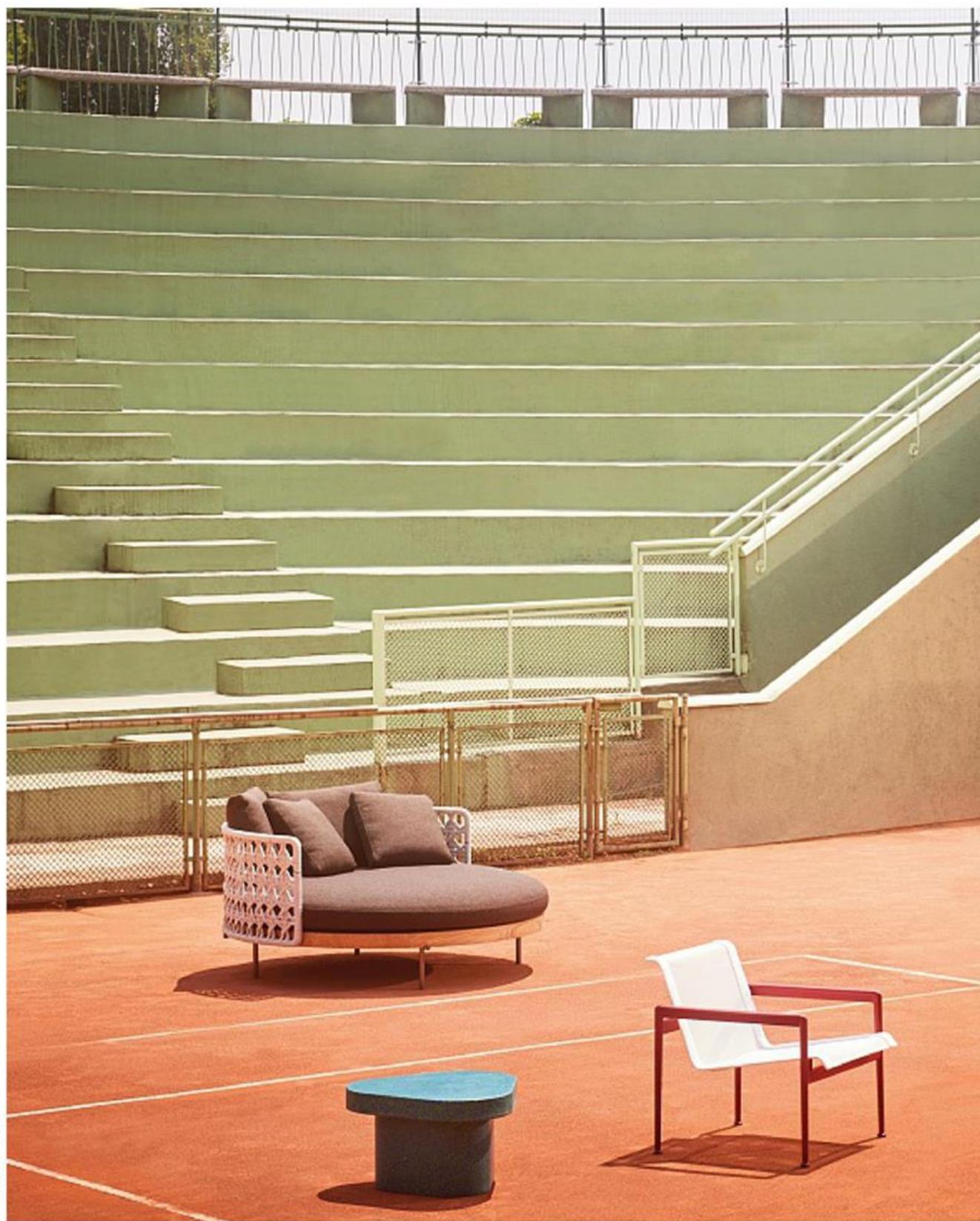
Oggetti da sfogliare

Ci sono lo studio italiano AMArchitectrue e l'illustratrice francese Catherine Cordasco dietro il primo "silent book" della nuova casa editrice indipendente Matita, nata a Venezia da un'idea di Delphine Trouillard. *1, Viceversa*, questo il titolo del libro, racconta per sole immagini la storia di un bambino che diventa adulto tra gli anni Ottanta e i Novanta. Protagonisti, oltre a lui, gli oggetti di design che hanno segnato un'epoca.

INFO: MATITAEDIZIONI.COM



Sally, poltrona girevole a 360° con ritorno, disegnata da Rodolfo Dardoni per **Minotti** e ispirata all'estetica timeless dell'architettura modernista. La base è costituita da un cilindro in metallo con finitura cromo lucido o in metallo verniciato lucido anti-touch color bronzo, ha struttura in legno multistrato e imbottitura in poliuretano con rivestimento in tessuto o pelle, completamente sfoderabili, caratterizzato da impunture su schienale e braccioli. Sol, lampada da terra con disco diffusore, con 96 Led indirizzati verso il basso e 128 verso l'alto. L'intensità della luce può essere regolata in modo indipendente nelle due direzioni e particolari ottiche raster ne eliminano l'abbagliamento. È disponibile nei colori bianco o nero opaco, grafite, bronzo scuro o satinato. Design di Paolo Rizzato per **Rotaliana**



COVER STORY

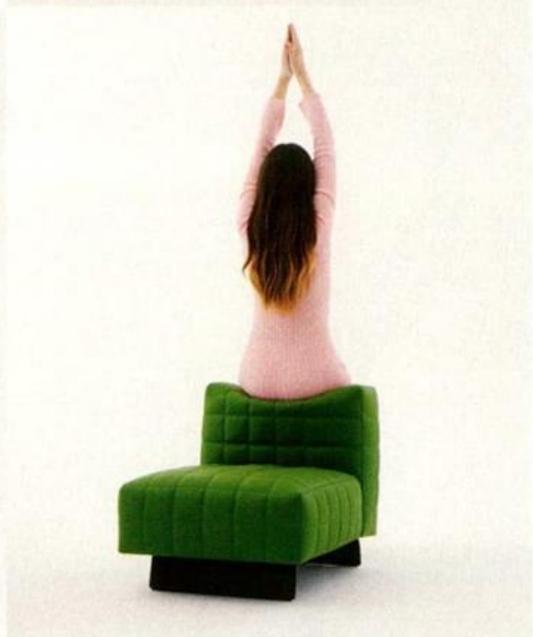
Scegliere una propulsione ibrida Diesel elettrica per il proprio superyacht di 90 metri è un gesto che denota una grande sensibilità verso un uso più in linea con la richiesta di mezzi sempre più ecosostenibili. Un sistema ibrido ha un'incidenza economica importante che l'armatore ha adottato consapevole dei numerosi benefici che questa soluzione consente. La propulsione ibrida di *Kirida* si basa sull'esperienza maturata a bordo di *Birtador*, ma questa volta sviluppata in collaborazione con Man e Siemens per fornire tre modalità di crociera: Diesel-meccanica, Diesel-elettrica e completamente elettrica. In modalità a emissioni zero o a batteria e in modalità Diesel-elettrica lo yacht è totalmente silenzioso. È così possibile ancorare di notte senza rumore o emissioni dai generatori. Inoltre, selezionando la

Gli interni sono stati progettati da Francesco Paszkowski in collaborazione con Margherita Casprini. Il design degli interni riflette il desiderio dell'armatore di un ambiente contemporaneo e raffinato.

The interiors have been designed by Francesco Paszkowski in partnership with Margherita Casprini. The interiors reflect the buyer's request for a contemporary and refined area.







A SINISTRA Lampada Etorino F di Enzo Catellani, Catellani & Smith. Jumpsuit in cady di seta, MaxMara. SOPRA Poltrona Twiggy di Rodolfo Dordoni, Minotti. Pull, United Colors of Benetton.

INTERIORS

Poltrona Sally rivestita in tessuto simil bouclé, con base girevole e movimento a 360°, design Rodolfo Dordoni per Minotti. Cuscino realizzato con il tessuto Tiger Beat di Dedar. Lampada componibile Tratti stampata in 3D, CARA\DAVIDE per Tooy. Tavolino Donald in cristallo stratificato, Philippe Starck per Glas Italia. Vaso Okra in materiale riciclato, Patricia Urquiola per Kartell. Pedana rivestita di parquet Riflesso in rovere nodoso della collezione Boschi di Fiemme, Fiemme Tremila. Da sinistra, quinte rivestite con piastrelle Confetto in gres porcellanato finitura semimatt colore rosa, Marazzi, e lastre Musa a base di pregiati minerali naturali, finitura bianco serena, Lapitec





COURTESY BONACINA, COURTESY OF FINOTTI S.P.A., COURTESY POLIGNO, MATTEOCARASALE

Sono vicende che partono da lontano, negli anni della guerra o persino a fine Ottocento, quando artigiani-imprenditori hanno gettato le basi di quelle che oggi sono le aziende simbolo del made in Italy. Tricolori di nascita, internazionali di vocazione. Di generazione in generazione, gli eredi portano avanti una visione di impresa che è anche un ritratto di famiglia. Di *Caterina Maconi*

DINASTIE ITALIANE

A studiare la genesi delle aziende del mobile nel distretto milanese, i nomi che disegnano l'eccellenza manifatturiera e artigianale del made in Italy nel mondo, la sensazione è di rintracciare un pattern definito e riconoscibile. Molti percorsi calcano le medesime tappe nei medesimi tempi. I fondatori protagonisti di queste avventure imprenditoriali, partite come botteghe di *legnamè* - falegnami, in dialetto, la lingua ufficiale degli esordi - spesso si conoscono, sono amici, condividono passione e competizione, procedendo di pari passo. Crescono quasi allo stesso ritmo, dagli anni della fondazione fino a oggi. Gli ultimi dati di FederlegnoArredo parlano di un fatturato che nel 2022 solo in quest'area ha superato i 5,1 miliardi di euro.

Il minimo comune denominatore del successo va rintracciato proprio nelle radici, in quei bisnonni e nonni vicini di casa che hanno trasmesso il mestiere ai figli. È la famiglia la chiave di lettura più puntuale del processo alchemico che ha condotto agli exploit internazionali: in Brianza, con poche esclusioni, anche se di peso, le redini del business fondato dagli avi sono oggi nelle mani della terza o quarta generazione. Successori che raccolgono l'heritage, sviluppano i profitti, e ovviamente l'identità di un brand, che spesso porta - non a caso - il nome di famiglia.

«Artigiani, ebanisti, mobiliari. I fondatori sono stati fondamentali, erano personalità di eccezione», spiega Francesco Scullica, direttore scientifico del master Interior design del Politecnico di Milano. «Grandi lavoratori, instancabili, con profondo senso del dovere, abnegazione e un intuito che già a cavallo delle due guerre li ha portati sia a insegnare alle maestranze sia a dialogare con architetti e designer - Albini, Ponti, Terragni... - in cerca di nuove soluzioni». Uno spirito pionieristico, la flessibilità e il coraggio di rischiare in primis il patrimonio personale per trasformare i laboratori in aziende, le connessioni con esponenti del mondo della cultura, non secondario. Figure ibride, a metà tra artigiani e imprenditori, alcuni con alle spalle la Scuola d'Arte (a Milano e soprattutto a Cantù, la più nota), altri autodidatti, che vanno oltre i mobili in stile per interpretare le nuove esigenze dell'abitare del dopoguerra. Colgono l'importanza delle *Triennali* e, nel 1961, del primo *Salone del Mobile*, l'occasione per fare sistema, diventare

competitivi, in un circolo virtuoso che si autoalimenta.

Il passaggio alle generazioni successive non è sempre stato fluido né scontato: «Mandano i figli a studiare economia, ingegneria, architettura, magari all'estero. Li fanno viaggiare e confrontare con più mercati, sempre senza rinnegare l'approccio italiano, che costituisce un elemento di forza», continua Scullica. Sono questi giovani uomini, ma anche donne - le prime a raccogliere l'eredità di famiglia -, che interpretano l'innovazione tecnologica, si aprono al contract, traghettano il business verso un alto artigianato 4.0. Oggi il testimone è raccolto da nipoti e pronipoti, ormai la terza e quarta generazione a cui tocca affrontare nuove sfide: per citarne due, la sostenibilità di produzioni sempre maggiori e la presenza capillare sui mercati esteri. Guidano imprese incardinate nel tessuto finanziario globale, e qui si apre un capitolo complesso. Famiglia significa tante cose: tra eredi riluttanti e interessi divergenti (il ricordo della fiction *Succession* è ancora fresco), ci sono state, anche nel mondo dell'arredo, molte aziende vendute a fondi internazionali. «Le famiglie più lungimiranti mandano i figli a fare esperienza in altre realtà e se poi sono interessati, li prendono a bordo. Altre liquidano i rami passivi, con dividendi o equity. Altre ancora decidono di vendere», racconta Federico Bonelli, retail, fashion & luxury leader di EY Europe West. «Il design made in Italy, nonostante sia partito prima della moda, cronologicamente, ha dimensioni meno consistenti: 18 miliardi di fatturato contro 250». Su 2.477 aziende attive nel settore, 160 superano i 10 milioni di fatturato, di queste 135 sono a conduzione familiare e nel 2021 avevano un fatturato medio di 36 milioni; le 25 investite dal private equity hanno un fatturato medio di 56 milioni. «La differenza con il fashion, dove ci sono pochi gruppi internazionali che detengono molti brand, è principalmente nel management. Nei family business i ruoli dirigenziali sono di solito coperti dai parenti, il che può essere una fortuna oppure no. Mentre la moda tende ad avvalersi di specialisti esterni a cui dà deleghe e potere. Arrivare a vendere non è necessario, lo step abilitante può essere invece l'apertura a manager di qualità». Esattamente come è stato fatto sul fronte creativo negli anni Sessanta quando, per crescere, erano stati chiamati i primi designer e architetti. Nel difficile interregno tra emancipazione consapevole e aggiornamento costante, le dinastie del mobile italiano si muovono con passi misurati, continuando con quello che sanno fare meglio: i pezzi belli e ben fatti amati in tutto il mondo.

Nella pagina di apertura, in alto a sinistra, la famiglia Bonocina, proprietario di Bonocina 1889. Da destra, il presidente onorario Mario Bonocina, terza generazione in azienda, insieme alla moglie Antonia (vicepresidente) e ai figli Margherita (product art director) ed Elsa (ceo). In alto a destra, la famiglia Minotti. Da sinistra, Alessandro, Roberto, Leonardo, Renato, Alessio e Susanna Minotti. Roberto e Renato sono i co-CEO della Minotti spa, fondata dal padre Alberto nel 1948. In basso a sinistra, i fondatori e proprietari di Poliform, i cugini Spinelli e Anzani. Da sinistra, Alberto e Aldo Spinelli, Giovanni Anzani tutti e tre sono CEO dell'azienda e si alternano alla presidenza ogni tre anni. In basso a destra, la famiglia Porro, a capo dell'omonima ditta fondata nel 1925. Maria Porro, responsabile marketing e comunicazione e quarta generazione in azienda, insieme alla terza generazione. Da sinistra, Giovanni (direttore di produzione), Lorenzo (presidente), Danilo (responsabile Cfd) e Fabio Porro (direttore divisione contract).

Dall'alto a sinistra, in senso orario, Roberto e Renato Minotti, co-oro dell'azienda fondata dal padre Alberto nel 1948 a Meda (Mb). Poltrona Raphael, design GamFratesi (2023) con investimento in pelle nabuk color oro. Il flagship store Minotti di Praga. Contenitore living Superlòca, design Marcio Kogan / studio mk27 (2022); la struttura è in polistirolo Sontex, l'elemento superiore è in marmo marron damasco. Un ritratto del fondatore, Alberto Minotti. Divano Ili, Gigi Radice design / Minotti Historic Archive fa parte di Albertilla, famiglia di sedute ideata nel 2018 in occasione del 70esimo anniversario dell'azienda. Poltrona Small Toni Bold, nendo design (2022); lo schienale è ritmato da trapuntature a doghe verticali e da un piping, qui in ecopelle. Un'immagine d'epoca del fondatore Alberto Minotti insieme alla moglie Ileana Riva Minotti, attuale presidente onorario del brand. L'esterno dell'head quarter di Minotti, a Meda (Mb). Divano Albert, Gigi Radice design / Minotti Historic Archive, sempre parte del progetto Albertilla per il 70esimo anniversario dell'azienda.

Tutti intorno a un camino

Esiste una casa a Meda, in provincia di Monza, che è un nido. Le pareti sono rivestite di seta rosa cinese e un grande camino in rame martellato occupa il centro del living, sospeso a un metro da terra. I mobili portano la firma dell'architetto Gigi Radice, disegnati a metà degli anni Sessanta su commissione del proprietario, Alberto Minotti, figlio di un artigiano brianzolo. Alberto nel 1948, seguendo le orme del padre, aveva iniziato a muovere i primi passi nella produzione di divani classici, con braccioli tondi che lui stesso lavorava puntando geometricamente tutte le pieghe a una velocità e precisione ancora legendarie in famiglia. Attenzione ai dettagli frutto di un'intelligenza artigiana che trasmetteva alle giovani maestranze, una ventina di operai in tutto. Il piccolo laboratorio piano piano era cresciuto fino a fargli avvertire la necessità – per compiere il passo verso una produzione di segno moderno – di coinvolgere suggestioni esterne. Da qui la chiamata di Radice, che ha firmato – oltre alla casa e all'architettura della fabbrica – le prime collezioni, e che è diventato amico di famiglia.

Roberto, figlio di Alberto, ricorda ancora quando, a sette anni, Radice gli ha domandato che cosa volesse fare da grande: "Diventa architetto, come me", il suggerimento. Detto, fatto. Oggi Roberto e il fratello Renato tengono le redini della Minotti spa, in cui hanno fatto ingresso anche i figli Alessandro, Alessio, Susanna e Leonardo, ciascuno con la propria specificità dopo percorsi di studi diversi. La vocazione dell'impresa è internazionale, l'export occupa l'85 per cento di un fatturato che nel 2022 ha raggiunto i 230 milioni di euro e nel polo produttivo, sviluppatosi attorno alla prima sede, sempre a Meda, lavorano 300 persone.

Si definiscono un'azienda di medie/grandi dimensioni – conoscono personalmente i maggiori clienti – che non vuole cedere ai corteggiamenti di fondi di investimento o partner finanziari. In una famiglia cresciuta attorno al culto del fondatore Alberto – mancato prematuramente nel 1991 – le performance e i numeri valgono quanto l'impegno a mantenere vivo il sapore delle origini. I Minotti lo hanno fatto per 25 anni con Rodolfo Dordoni, architetto razionalista e decoratore, coordinatore di tutte le collezioni, fino alla sua scomparsa, la scorsa estate. Tante le collaborazioni con nomi come Marcio Kogan, Nendo, Gordon Guillaumier. Molti mobili di Radice dettano ancora il passo, oggi rinati con il senso del tempo e del futuro, tra pelle, cuoio, legno, marmo, metallo, tessuti, schiumati, le ultime novità fronte sostenibilità e le innovazioni tecnologiche. Il legame con il territorio, da queste parti, è forte a tal punto che ci sono maestranze che trascorrono una vita nello stesso laboratorio. Nello stabilimento dei Minotti lavorano ancora artigiani che hanno imparato il mestiere da Alberto e che tramandano il suo lucido punto di vista: il lusso è precisione della cucitura, attenzione ai dettagli e ai materiali.

Per il 70esimo anniversario, nel 2018, l'azienda ha voluto ricreare al *Salone del Mobile* – a cui ha aderito fin dalla prima edizione – lo stile della casa di Meda, tuttora abitata: la nuova collezione è stata disposta intorno a un camino sospeso, centrale. Forse è proprio il camino il simbolo della famiglia, quell'idea di coesione e convivialità condivisa. Non a caso era presente nel primo flagship store inaugurato fuori dall'Italia, nel 1986 a Bangkok. Ancora oggi, in ogni flagship store nel mondo – 53 in tutto – ce n'è uno. (minotti.com)





Blazer in gabardine
di lana con epaulette,
WEEKEND MAX MARA
24 BY KATE PHELAN.
Blazer cropped,
MAX&CO.LLABORATION
DE-COATED WITH ADR.
Orecchini in ottone
dorato, CELINE
BY HEDI SLIMANE. Sabot di
vernice, SERGIO ROSSI.
Poltrona Daiki, MINOTTI.

INsights
MASTERS

L'ARCHITETTO GENTILE

Nato a Milano, Rodolfo Dordoni è sempre stato legato alla sua città dove si è laureato in Architettura al Politecnico nel 1979. Da allora i suoi prodotti si inseriscono con eleganza e discrezione nella migliore tradizione del design, accanto alle opere dei maestri da cui Dordoni ha ripreso con convinzione e sensibilità l'attività di 'direttore creativo'. Quel ruolo strategico di figura esterna alle aziende che in un sinergico confronto tra progettista e imprenditore ha segnato, da Gio Ponti in avanti, la strada del successo del design italiano nel mondo. Sin dall'inizio della sua carriera Rodolfo ha sempre avuto uno stretto rapporto di amicizia con Giulio Cappellini e anche con Gilda Bojardi, direttore di *Interni*. La rivista ha sempre seguito e documentato i suoi progetti di design, di architettura e d'interni. Nel 2014, per la cena in occasione dei 60 anni della rivista, Rudi curò l'allestimento creativo di uno dei sei lunghi tavoli, quello dedicato al decennio 2004-2014. È con Cappellini, compagno e amico dei corsi di studio, che Dordoni assume per la prima volta il ruolo di art director, affiancando lo stesso Giulio dal 1979 per un decennio. Memorabile fu la presentazione del progetto Mondo, nato nel 1987 con Paola Navone e Giulio Cappellini, con cui il marchio volle aprirsi alle realtà artigianali provenienti da altre culture. Molte le collaborazioni con le principali aziende del design italiano, da Foscarini a Flos, da Flou ad Artemide, da

Rodolfo Dordoni, architetto e designer milanese classe 1954, è scomparso l'1 agosto con la **discrezione** che lo ha sempre contraddistinto. Il suo carattere cordiale ed elegante si è espresso in una **ricerca progettuale rigorosa**, lontana da gesta chiassose e dalle mode del momento

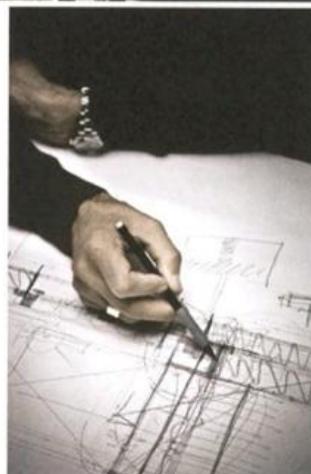
testo di Matteo Vercelloni

Moroso a Kartell, da Driade a Molteni&C, da Poltrona Frau a Cassina, da Emu a Olivari, da Roda a FontanaArte. Ma è soprattutto con Minotti (venticinque anni di sodalizio creativo festeggiati nel 2022), che Dordoni sviluppa e costruisce nel tempo quella che Roberto e Renato Minotti hanno descritto come "una formula vincente [che ha saputo] dare vita a una delle epoche più brillanti della storia del nostro marchio". Una formula che Dordoni affina con grande capacità negli anni di ricerca e di lavoro in un misurato equilibrio tra passione creativa e razionalità, di cui sono parte, non ultimi, il rapporto con Dolce & Gabbana nel retail, la collaborazione con Sanlorenzo Yacht e il felice incontro con Adam Tihany per la grande nave da crociera Costa Smeralda di Costa

Alcune immagini che ritraggono Rodolfo Dordoni. Nella pagina accanto, mentre passeggia nello showroom di **Minotti**, di cui è stato direttore creativo per oltre 25 anni.



Crociere del gruppo Carnival. Un gesto progettuale, quello di Rodolfo, non privo di un rigore e mai espresso ad alta voce, per definire arredi e oggetti destinati a durare nel tempo. "Un interprete fondamentale del design italiano", come lo definisce Nicola Coropulis, amministratore delegato di Poltrona Frau. Rudi Dordoni ci lascia un ricco patrimonio di oggetti, arredi e accessori, disegnati in quasi mezzo secolo di appassionato lavoro. In un'intervista affermava a proposito del 'disegno del divano', tipologia da lui sviluppata in molte varianti e modelli, che "le forme sono l'interpretazione, la materializzazione del carattere: io sono molto razionale, lo sono sempre stato, quindi ho difficoltà a creare oggetti sinuosi, e anche quando lo faccio uso una sinuosità misurata, quasi geometrica, mai organica. Di carattere sono 'timido', direi discreto, e credo che i miei prodotti siano una dimostrazione di questi aspetti. Ognuno disegna, o interpreta quello che disegna, partendo dal proprio carattere, e penso che questa sia la chiave di lettura della razionalità dei miei progetti". Parafasando Curzio Malaparte quando descriveva la sua casa di Capri sulla punta di Capo Masullo, quello di Rudi Dordoni è in fondo un design autobiografico continuo, un "design come me", declinato alla scala di oggetti e spazi, affrontati sempre con la passione del progetto e con la felicità di un'immaginazione mai perduta. ■



A sinistra, il progettista al lavoro con Renato (in alto) e Roberto Minotti, accanto, in una foto con Gilda Bojardi. Qui sopra, dall'alto Dordoni ancora con Gilda Bojardi all'inizio della loro amicizia; uno scatto di Luciana Mulas del 1990 che lo ritrae con Maarten Kusters al Palazzo dell'Informazione in occasione della Designer's Week organizzata da Interni, Rodolfo Dordoni assieme a Gilda Bojardi, Giuseppe Gismondi, Sabrina Dordoni e Gordon Guillaumier.

Un pensiero in ricordo del tempo gioioso trascorso insieme, amici sin dall'inizio delle reciproche stagioni e avventure di vita, non solo professionale. Ci mancherà. Gilda



1 ★ MINOTTI

Torii Bold, design Nendo.
Collezione di divani e poltrone
con leggera base in metallo a
contrasto con i volumi importanti
delle imbottiture. Schienali
trapuntati e profili in ecopelle o
nabuk. Divano cm 247x106x82 h,
puf 152x68x41 h

➤ MINOTTI.COM

2 ★ MAGIS

Officina, design Ronan & Erwan
Bouroullec. Poltrona in tessuto
sfoderabile con schienale alto,
telaio in ferro battuto, zincato,
cuscino in poliuretano espanso
ignifugo. Cm 89,5x89x41,5/99
h. Poggiatesta abbinato
cm 61,5x50,5x40 h

➤ MAGISDESIGN.COM



3 ★ ARMANI/CASA

Sharon, divano due posti.
Struttura di linea sinuosa
in frassino e midollino
di giunco naturale lavorato
a mano. A contrasto, tessuto
in resistente misto cotone
lucido Trento color Orange.
Cm 160x82x77 h

➤ ARMANI.COM

Una galleria di pezzi dal carattere più che deciso. Classici, nuovi, nuovissimi o rieditati da poco. E che sembrano fatti per catturare l'attenzione

1. Pannello rivestito in porcellana con finitura a diamante collezione "Cross" DE MARCHI VERONA.
 2. Divano "Supermax" firmato Antonio Citterio, rieditato e modificato a quarant'anni dal primo modello "Max" FLEXFORM da 6.394 euro.
 3. Tappeto "Inky Dhow" disegnato da Bethan Grey in lana himalayana lavorata a mano GC-TAPIS.
 4. Tavolini "Dama" in legno di cedro e con finitura laccata POLIFORM 1.450 euro.

5. Poltrona girevole e pouf curvato rivestiti in pelle "Torii Bold" disegnati da Nendo per MINOTTI 6.920 euro e 3.000 euro.
 6. Lampada da terra "Cactus" con struttura ad anelli e base in marmo ROCHE BOBOIS 2.630 euro.
 7. Alzata a forma di coppa tornita a mano, collezione di Ettore Sottsass BITOSSI 520 euro.



© RIPRODUZIONE RISERVATA

Poltrona e puf Twigg rivestiti in pelle Aspen color felce con base di alluminio spazzolato, Rodolfo Dordoni per Minotti. **Lampada da terra Discovery** con luce colorata RGBW in alluminio nero e tecnopolimero, Ernesto Gismondi per Artemide. **Libreria Ren** con struttura in noce canaletto, piani rivestiti in cuoio Saddle Extra Corda, Neri&Hu per Poltrona Frau. **Tavolino Accordo** in legno laccato, design Charlotte Perriand, e **centrotavola Réaction Poétique** in frassino tinto fango di Jaime Hayon, tutto Cassina. **Artwork** di Ronan Bouroullec per Living

Minotti

di/by LA REDAZIONE / THE EDITORIAL STAFF

La pura bellezza delle montagne austriache racchiusa in un progetto architettonico che dialoga con il paesaggio circostante e che ospita al suo interno affascinanti pezzi d'arredo.

Siamo in Austria, tra le cime del Wilder Kaiser, di fronte al famoso monte Kitzbühel Horn, perfettamente incorniciato dalle ampie vetrate della zona giorno di questo elegante chalet denominato ALM360.

Il design degli interni, a cura di Aufschnaiter - noto rivenditore e studio di design Minotti con oltre 20 anni di esperienza -, è stato ispirato dai diversi valori chiave del brand: qualità della vita, pace e natura. Questi elementi sono stati tradotti in una sintesi spaziale in cui ciò che si sente e ciò che si vede coincidono, in un equilibrio compositivo sapientemente declinato in una nuova interpretazione dell'architettura tirolese.

La sintesi fra materie prime tradizionali e le più moderne soluzioni tecnologiche dona a questo chalet immerso nel verde delle montagne un senso di comfort eccezionale e un'estetica raffinata. Gli spazi sono stati pensati per essere accoglienti, dalla zona giorno alle tre camere per gli ospiti, ciascuna con bagno privato, fino all'ampia area benessere con sauna, bagno turco e accesso diretto alla piscina con terrazza esterna. La connessione tra interni ed esterni è enfatizzata dai pezzi d'arredo della collezione Minotti, selezionati proprio per creare un fil rouge tra gli spazi domestici e quelli all'aperto. Tra questi, il sistema di sedute Roger di Rodolfo Dordoni e il mobile bar Superquadra di Marcio Kogan / studio mk27, che dialogano con la graziosa chaise-longue Tape Cord Outdoor di Nendo, situata nell'adiacente area benessere.

Un'unità senza soluzione di continuità, non solo da guardare, ma anche da toccare e percepire: tolte le scarpe, il tappeto in lana Osaka disegnato da Minotti Studio si rivela caldo e accogliente, così come le doghe in legno del pavimento. Lo stesso calore si riflette anche nell'uso della pietra nel tavolino Keel di Rodolfo Dordoni, che riporta all'interno della casa le venature geometriche delle montagne esterne. L'ampia zona giorno, caratterizzata dalle capriate del tetto a vista in legno di recupero, si snoda tra il camino autoportante e le grandi finestre panoramiche, enfatizzando la vista mozzafiato visibile dal soggiorno e dalla zona pranzo.

Il tavolo Linha di Marcio Kogan / studio mk27, protagonista dello spazio in continuità compositiva con i volumi rigorosi della cucina, si mantiene coerente con il suo piano in legno massiccio. Ad accompagnarlo, il morbido comfort delle poltroncine da pranzo Torii di Nendo, perfette per trascorrere molte ore intorno al tavolo, senza mai stancarsi di ammirare il paesaggio circostante.

The pure beauty of the Austrian mountains embodied in an architectural design capable of both dialoguing with the surrounding landscape and accommodating fascinating furnishing pieces inside.

We are among the peaks of the Wilder Kaiser in Austria, facing the famous Kitzbühel Horn mountain, perfectly framed by the large windows in the living area of this elegant chalet known as ALM360.

The interior design, by Aufschnaiter - a well-known Minotti retailer and design studio with more than 20 years of experience - was inspired by various key brand values: quality of life, peace and nature. These were translated to form a spatial synthesis in which the relationship between what we feel and what we see is one and the same, a cleverly designed compositional balance for a new interpretation of Tyrolean architecture.

The symbiosis of traditional raw materials and modern technological solutions brings a sense of exceptional comfort and a refined aesthetic to this chalet nestled in the green mountains. The spaces have been designed as welcoming environments: from the living area to the three guest rooms, each with *en suite* bathroom, to the large wellness area with sauna, Turkish bath and direct access to the swimming pool with its own outdoor terrace. The continuous connection between indoors and outdoors is emphasised by the choice of furnishing pieces from the Minotti collection, designed precisely to create a *fil rouge* between the domestic and open-air spaces. These include the rigorous Roger seating system by Rodolfo Dordoni and the Superquadra bar cabinet by Marcio Kogan / studio mk27 establish a dialogue with the graceful Tape Cord Outdoor chaise-longue by Nendo located in the adjacent wellness area. A seamless unit, not only to look at, but also to touch and perceive: kicking off your shoes, the Osaka wool rug designed by Minotti Studio is as warm and welcoming underfoot as the wooden slats of the floors. And the same warmth is reflected in the use of stone in the Keel coffee table by Rodolfo Dordoni, which brings the graphic veins of the mountains outside back into the home interior.

The large living area, characterised by the exposed roof trusses made of reclaimed wood, runs between the freestanding fireplace and the large panoramic windows, emphasising the awe-inspiring views visible from the living room and the large dining area.

The Linha table by Marcio Kogan / studio mk27, protagonist of the space in compositional continuity with the rigorous volumes of the kitchen, maintains the coherence in its own solid wood top. It is accompanied by the soft comfort of the Torii dining little armchairs by Nendo, perfect for spending many hours around the table, without ever tiring of admiring the surrounding landscape.

Adiacente alla zona giorno si trova la camera da letto padronale, il cui mood avvolgente è caratterizzato dall'utilizzo di pelle e tessuti dalla texture estremamente tattile: il letto Roger Bed di Rodolfo Dordoni sintetizza questa sensazione, unendo la sobria eleganza della base in pelle con la materica testata in tessuto intrecciato. I comodini Harvey Line, sempre di Rodolfo Dordoni, armonizzano il gioco di texture.

L'intero design degli interni si fonda sull'uso sofisticato dei materiali, delle forme e della loro costante armonia: un affascinante mix di materie prime pregiate e naturali con influenze del design contemporaneo.

Adjacent to the living area is the master bedroom, whose enveloping mood sees the use of leather and fabrics with an extremely tactile texture: the Roger Bed by Rodolfo Dordoni synthesises this sensation, connecting the sober elegance of the leather base with the material headboard in woven fabric. The Harvey Line bedside tables, also by Rodolfo Dordoni, balance the interplay of textures.

The entire interior design is based on the sophisticated use of materials, shapes and their constant harmony: a fascinating mix of fine, natural raw materials and contemporary design influences.

Location/Location	Going/Kitzbühel, Austria
Anno/Year	2022
Progetto architettonico/Architectural Project	Feysinger Bauräeger
Progetto di interior design/Interior Design Project	Aufschnaiter Interior GmbH & Co. KG
Fotografia per gentile concessione di/Photography courtesy of	Aufschnaiter Interior GmbH & Co. KG



In foto l'elegante chalet ALM360



Sistema di sedute Roger, Rodolfo Dordoni design per Minotti; tavolino Keel, Rodolfo Dordoni design per Minotti; tappeto Osaka, Minotti Studio design; tavolino Pilotis, Rodolfo Dordoni design per Minotti



Poltrona Suitcase Line, Rodolfo Dordoni design per Minotti; cabinet Superquadra, Marcio Kogan / studio mk27 design per Minotti

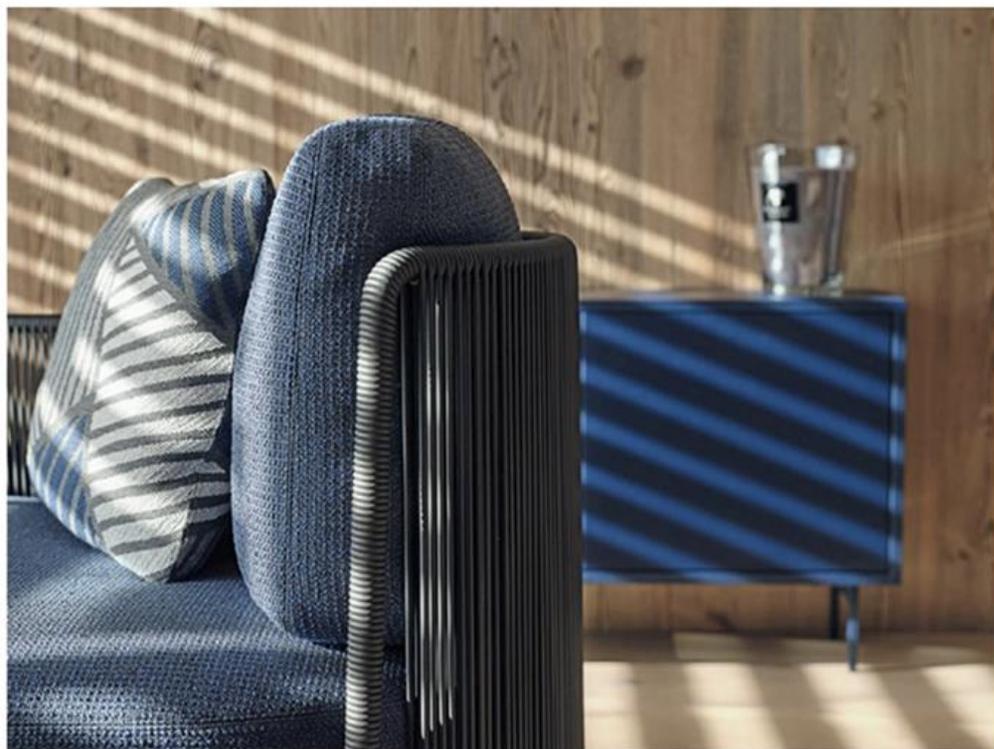


Poltroncine Torii dining, nendo design per Minotti; tavolo Linha dining, Marcio Kogan / studio mk27 design per Minotti





Paolina Tape Cord Outdoor, nendo design per Minotti





Roger Bed, Rodolfo Dordoni design per Minotti; comodini Harvey Line "night storage unit", Rodolfo Dordoni design per Minotti



Le proposte

A cura di/by L'AMBIENTE

SHOP MINOTTI

Sendai | Sendai

Inoda+Sveje design | Inoda+Sveje design

Denominata come la città degli alberi, Sendai, questo progetto di arredi è composto da un piccolo divano, una poltrona, una poltrona lounge e poltroncine dining e lounge.

Come esili fusti le gambe eleganti e levigate, in legno massello di noce Canaletto tinto Light Brown o di frassino laccato color Liquirizia, si appoggiano a terra sollevando l'avvolgente scocca imbottita e creando un leggero ritmo di tratti verticali.

La possibilità di avere sia poltrona che poltroncina dining e poltrona lounge anche nella versione girevole 360° con ritorno (base realizzata in metallo verniciato lucido color Bronzo, con razze inguainate in massello di frassino laccato a poro aperto color Liquirizia oppure in massello di noce Canaletto tinto Light Brown) rende le sedute Sendai particolarmente confortevoli sia per gli ambienti residenziali che per quelli di Hospitality.

La silhouette compatta e ben proporzionata, sia nelle sedute che nel divanetto, si apre ad un nuovo linguaggio del vivere lo spazio dining: un salotto nel salotto, una situazione ibrida come nel caso di una cena su un ampio tavolo, un momento di condivisione e ospitalità attorno ad un tavolo lounge.

Un modo più intimo e nuovo di aprire nuovi orizzonti visivi e proporzionati dello spazio living, sia nelle case che nei luoghi di Hospitality.

Nel 2023, dall'elegante e aerea famiglia di sedute Sendai, prendono forma un nuovo avvolgente divano, una confortevole poltrona girevole con braccioli e un poggiatesta. Il progetto della poltrona, la cui scocca imbottita poggia su una base girevole a 360 gradi con ritorno, nasce anch'essa dal desiderio di avere una seduta dalle dimensioni più importanti, il cui comfort viene garantito da uno schienale più alto e dalla presenza di comodi braccioli, perfetti per assicurare un'appagante sensazione di relax anche in abbinamento al poggiatesta.

Named after the city of trees, Sendai, this furniture design consists of a small sofa, an armchair, a lounge chair, and dining and lounge armchairs.

Like slender trunks, its elegant, polished legs in Canaletto solid wood in Light Brown or Licorice-colored lacquered ash, rest on the ground and lift its inviting upholstered shell, creating a gentle rhythm of vertical strokes.

Since the armchair, the dining chair and the lounge chair come in their 360° swivel version with automatic return (chair base made in polished Bronze-colored painted metal; with sheathed spokes made of solid ash, open pore lacquered wood colored in Licorice or in solid Canaletto walnut colored in Light Brown), Sendai are the ideal seatings for both residential and hospitality environments.

With the compact and well-proportioned silhouette of its seatings and sofas, Sendai opens to a new way of living the dining environment: in a living room within the living room, in a hybrid setting like a dinner on a large table, a time to share and host around a lounge table.

This new, more intimate style opens to living spaces' new visual and proportioned horizons, in our homes and in hospitality settings.

In 2023, a new inviting sofa, a comfortable swivel armchair with armrests, and a footstool spring from the elegant and ethereal Sendai seating family. The design of the armchair, whose upholstered shell rests on a 360° swivel chair base with automatic return, arose from the company's desire to produce a larger sized seat: its comfort is provided by a higher backrest and by its cozy armrests, with are the perfect recipe to feel relaxed, even when combined with its footrest.



M

**LA FAMIGLIA
MINOTTI**

ritratte sul divano
Dylan, disegnato
da Rodolfo
Dordoni, nello
showroom
di Meda.
Da sinistra a destra:
Leonardo, Roberto,
Susanna, Renato,
Alessandro, Alessio.



MC MAISON INCONTRA

A photograph of three men in dark suits and light shirts. One man is seated on a light-colored sofa in the center, while two others stand on either side of him. They are in a bright, modern interior with large windows in the background showing trees and a white lattice screen. The overall mood is professional and sophisticated.

UNA LUNGA STORIA DI FAMIGLIA

Una vocazione familiare per l'azienda lunga 75 anni di storia: la Minotti di Meda, all'apice del successo, abbraccia il futuro internazionale portando alta la bandiera dell'eccellenza del made in Italy fatto di alta competenza, progettualità e passione.

testo Csaba dalla Zorza foto Monica Spezia



«**U**n imprinting familiare totale» esordisce così Roberto Minotti, mentre con il fratello Renato mi accompagna tra gli ambienti eleganti dello showroom di Meda, e non serve specificare altro per comprendere perché sia questa la prima caratteristica dell'azienda, e sicuramente anche quella dirimente. Mentre in ambienti vicini i fondi di investimento internazionali acquisiscono aziende e gestiscono marchi in modo sempre più facile e collettivo, a Meda l'azienda nata nel 1948 da un'intuizione di Alberto Minotti continua a produrre qui, in quel distretto che coltiva talenti artigianali e porta dall'Italia nel mondo molto più che semplici elementi

d'arredo, esportando l'eccellenza sartoriale che ha caratterizzato l'azienda di famiglia sin dall'inizio. La voglia di fare è rimasta la stessa dalla fondazione: ti accorgi subito che qui qualcosa è diverso. Non è la bellezza dello spazio, né la dimensione della superficie: qui c'è un concetto di casa che altrove non è altrettanto facile trovare. E mentre Roberto e Renato Minotti si sistemano sul divano insieme ai figli Alessio, Alessandro, Susanna e Leonardo, che rappresentano oggi la terza generazione, non ho bisogno di chiedere se abbiano sempre saputo che avrebbero raccolto la sfida del padre e del nonno. Si capisce dalla luce che hanno negli occhi.

NELL'ANNO IN CUI COMPIE 75 ANNI di storia Minotti conta su una completa coesione familiare, una visione strategica forte, lungimirante ma soprattutto condivisa, che ha sempre lavorato per sottrazione, rinunciando a ciò che altri avrebbero accettato perché più facile realizzazione, mettendo tempo, passione, dedizione e sacrificio in alto nella lista dei valori che servono per far crescere un'azienda familiare sino a queste dimensioni di rispettabilità e autorevolezza. Fare bene e fare meglio, non semplicemente di più. E si sa che solo chi è capace di vedere il proprio posizionamento a distanza fa leva davvero sulla capacità di diventare un brand immortale. Con tre quarti di secolo sulle proprie spalle, 51 flagship store e oltre 300 rivenditori qualificati sparsi in 80 paesi nel mondo, Minotti ha saputo dimostrare di poter essere tra quei pochi che trascen-



Minotti Mumbai è cronologicamente l'ultimo negozio aperto dall'azienda, oggi presente in 80 Paesi con 56 flagship store. Il negozio espone le ultime collezioni (tra cui la poltrona Sally di Rodolfo Dordoni, qui sotto), secondo il progetto di Minotti Studio.



dono il presente, mirando a qualcosa di più. I collaboratori sono come parte della famiglia allargata e il prodotto non è mai fine a se stesso, ma il risultato di una visione più ampia, che mira a definire e interpretare, in un certo senso, quello stile di vita italiano rilassato, elegante e moderno che ha le sue radici nel classico, ma non invecchia mai. Mentre gli stili abitativi mutano, in questi settantacinque anni di lavoro tra casa e bottega (la casa di famiglia era davanti all'azienda quando Roberto e Renato erano piccoli), arriva l'intuizione che porta alla svolta: realizzare delle collezioni di prodotto, come nell'alta moda, dando vita a un mondo creato per far nascere il desiderio di abitarlo.

IL CODICE MINOTTI, come viene definito dal mercato, è la piena espressione di un gusto classico e al tempo stesso intramontabile, che si declina nei diversi ambienti esaltando i dettagli, sempre impeccabili. «Sono sbalordito dalla forza che il marchio ha all'estero» mi dice Renato Minotti, mentre commentiamo insieme le ultime aperture di flagship store: dalla Corea all'India, dalla Cina agli Stati Uniti. Passando ovviamente per l'Italia e l'Europa. «Il mercato internazionale apprezza moltissimo la nostra qualità, non guardando tanto alla mera vendita, ma al creare un rapporto progettuale con il cliente che cerca un punto di riferimento». La tecnologia

è fondamentale, ma la cura della relazione con il cliente lo è di più. Spesso, grazie a uno studio televisivo all'interno del quale la connessione web raggiunge ogni angolo del mondo in contemporanea, la grande famiglia allargata Minotti si riunisce attraverso gli schermi. «Ci riuniamo con loro periodicamente grazie al collegamento video, e dialoghiamo in tempo reale con i migliori studi di architettura del mondo e con i nostri negozi: persone con le quali lavoriamo come anelli di una sola catena e con le quali desideriamo accorciare la distanza, non solo parlare di prodotto» racconta Roberto. L'obiettivo non è solo vendere, ma far comprendere perché il prodotto è così, qual è il ragionamento che vi sta dietro, quale la difficoltà superata per realizzarlo. «L'imbottito ha avuto delle evoluzioni nella storia che ci hanno portato a proporre lavorazioni sulla pelle che sono identiche a quelle impiegate nella pelletteria di alta moda – precisa Renato Minotti – abbiamo lavorato sulla parte di confezione per introdurre precisi dettagli che danno una percezione di valore differente. Guardi questa cucitura, per esempio – mi spiega piegandosi sino a toccare il punto in cui la pelle del divano scende a terra e gira sotto l'imbottito – è bella quanto quella di una borsa ben fatta, viene fatta a mano da artigiani altamente qualificati. Eleganza senza tempo, sobrietà estetica, savoir faire artigianale e attenzione sartoriale per i dettagli: il codice Minotti si ➤»

Un concetto di armonia e continuità stilistica fra interni ed esterni è alla base della Outdoor Collection di Minotti, ben rappresentata dal sistema Quadrado di Marcio Kogan / studio mk27.



MC MAISON **INCONTRA**

rivela essere un DNA preciso, che guarda anche all'alta moda per replicarne il gusto elegante dell'esclusività, quella vera.

«**NEI 25 ANNI DI LAVORO FATTI** con Rodolfo Dordoni, che purtroppo ci ha lasciato – commenta Roberto, lasciando un istante di silenzio tra noi e il ricordo dell'architetto con il quale dal 1998 avevano condiviso la linea creativa e i principi estetici dell'azienda, facendola crescere nel rispetto dell'immagine che la definisce – abbiamo costruito soprattutto un modo di proporre il prodotto al mercato. Quello che oggi piace è il "Mood Minotti", l'atmosfera che si respira. La scelta è la marca e siamo fieri di essere riusciti a creare un solco preciso e focalizzato. È stato un lavoro duro, costante, continuativo. Dordoni era molto eclettico: un architetto, un decoratore, un conoscitore dell'arte ma anche della moda, dalla quale proveniva. La persona giusta per sviluppare il nostro marchio con quella sofisticazione in grado di dare risalto all'intelligenza delle mani, ma al contempo offrendo sensibilità alla precisione industriale. E anche il maestro al quale si sono unite, dal 2018 in poi, nuove figure importanti che hanno impreziosito con la loro opera il design Minotti, da Christophe Delcourt e Nendo, sino alla coppia italo-danese GamFratesi, al brasiliano Marcio Kogan e al duo giapponese Inoda+Sveje. Segno che Minotti resterà un classico. Di ieri, di oggi e sicuramente anche di domani. *

Sartorialità è il termine chiave per comprendere la progettualità Minotti, le cui collezioni sono realizzate artigianalmente, come abiti su misura rifiniti nei dettagli. Dalle trapuntature della poltrona Twiggy (a destra) alle impunture del divano Dylan Low, al tavolino Brady (in basso), tutti di Rodolfo Dordoni.



MAISON OLANDA

LA ZONA PRANZO
È OSPITATA IN
UNA DELLE DUE
SERRE VETRATE
ED È APERTA
SULLA CUCINA. IL
TAVOLO È STATO
DISEGNATO DALLO
STUDIO OCEAN
COME L'INTERA
CUCINA. SEDIE
MINOTTI, PANCA
DE LA ESPADA.
LAMPADARIO SUL
TAVOLO BOMMA,
LAMPADARIO IN
CUCINA HENGE.



Nella pagina accanto, lampada componibile Magia progettata da Michele Groppi per Davide Groppi. Definita da elementi lineari, trasparenti, che celano la fonte luminosa, producendo un effetto evenescente (davidegroppi.com). Estetica jap per la console laccata Torii Love di Studioepepe per Tacchini (tacchini.it). Sul piano vanno veloci micro ciclisti, da Rigadritto (@rigadrittostore). In questa pagina, visti dall'alto e in primo piano, il tavolino Napoleone, ideato da Claudio Salocchi nel 1973 ora prodotto da Acerbis (acerbisdesign.com), custodisce due

piatti di Fornasetti (fornasetti.com). Sul pavimento, luce Cabanon di Le Corbusier con paralume in carta lucida, rieditata da Nemo (nemolighting.com). A sinistra, la lampada Spring di Diesel Living with Lodes, in tubolare metallico e striscia a Led (lodes.com). In pelle nera il divano Dylan firmato Rodolfo Dardoni per Minotti. Forma e dettagli si esprimono in un coté sartoriale e sofisticato. Disponibile anche in versione curva, e da due e tre posti (minotti.com). In tutto il servizio, in due nuance, moquette vellutata Sand di Besana Carpet Lab (besanamoquette.com).



WEB EDITORIALS

CASE

Vacanze romane: un appartamento ristrutturato nel segno dell'ospitalità

Il tempo e la storia raccontate attraverso l'uso sapiente dei materiali e di arredi di design.

di Patricia Piccini
17 marzo 2022



Atmosfera soft per l'angolo salotto, dove spiccano il tavolino Neo di Roberto Dondos e la poltrona Totò di Tommaso e Tonello di Misetti. (Cronos/Arca/Progetti)

Vacanze Romane: certamente la città eterna in parte è cambiata da quando Gregory Peck e Audrey Hepburn, di cui quest'anno ricorrono 30 anni dalla scomparsa, sfilavano tra le strade in sella a una vettura. Ma il fascino intramontabile della città che fu dei Papi resta immutato tra le sue vie e le sue piazze grondanti di storia. «Siamo in pieno centro - ci racconta il proprietario - si gira l'angolo e ci si ritrova in via Condotti, per fare l'aperitivo basta davvero poca strada per raggiungere Piazza Navona». In questa casa con tanti secoli sulle spalle, abitarci anche per solo qualche giorno è un'esperienza davvero inimmaginabile.



VIDEO



Fondazione Collocci dei Mestieri
d'Arte



La composizione d'insieme che dimostra la libertà del programma Twiggy

È nata una stella: il sistema Twiggy di Rodolfo Dordoni per Minotti

by Patrizia Piccinini — 9 Marzo 2023

C'è un po' di quell'effervescenza britannica che si muoveva al ritmo dei Beatles e che si nutriva di nuove libertà come quella, fino a quel tempo decisamente inedita, di scoprire le gambe delle ragazze, *Twiggy*, il sistema di sedute disegnato da Rodolfo Dordoni per Minotti, come la famosa modella degli Anni Sessanta di cui porta il nome, ha la stessa capacità di attirare l'attenzione conquistandosi la scena del jet set internazionale. La nuova famiglia di sedute, proprio come la musa ispiratrice di artisti come Andy Warhol e di fotografi come Richard Avedon, ha dimostrato fin da subito di avere quel talento per rivoluzionare il mondo del living e non solo, armata solo di un inedito canone di bellezza senza tempo. È nata una stella, come nel famoso film del 1976 diretto da Frank Pierson, il programma messo a punto da Rodolfo Dordoni, in tutte le versioni in cui è proposta, Small, Large e Deep, con e senza bracciolo, conquista la scena per l'inedito gioco di contrasti.

Servizio | Nautica



Gli yacht diventano ville galleggianti con interni di design

Le più importanti aziende di arredo del made in Italy in prima linea per soddisfare le richieste di cantieri e armatori

di Raoul de Forcade

18 aprile 2023



▲ Interni realizzati da Minotti per lo yacht Tatiana V del cantiere turco Mengi Yay

  **Ascolta la versione audio dell'articolo**



 3' di lettura



Trasformare gli interni degli yacht in ambienti caldi e accoglienti, molto simili a quelli delle abitazioni dei loro armatori. È questa idea che, dagli anni 2000, ha avvicinato il mondo della nautica a quello dell'interior design, portando sulle barche di lusso gli arredi creati dalle più importanti aziende del made in Italy. Una tendenza che ha aperto anche la strada, nei cantieri della nautica, già frequentati da famosi designer di esterni, all'ingresso di architetti specializzati in differenti settori, dall'automotive, ai negozi, all'hotellerie.

NEWS CASE DESIGN & ARCHITETTURA LIFESTYLE TRAVEL ARTE VIDEO AD LOVES AD CULTURE CLUB AD100

ANNIVERSARI

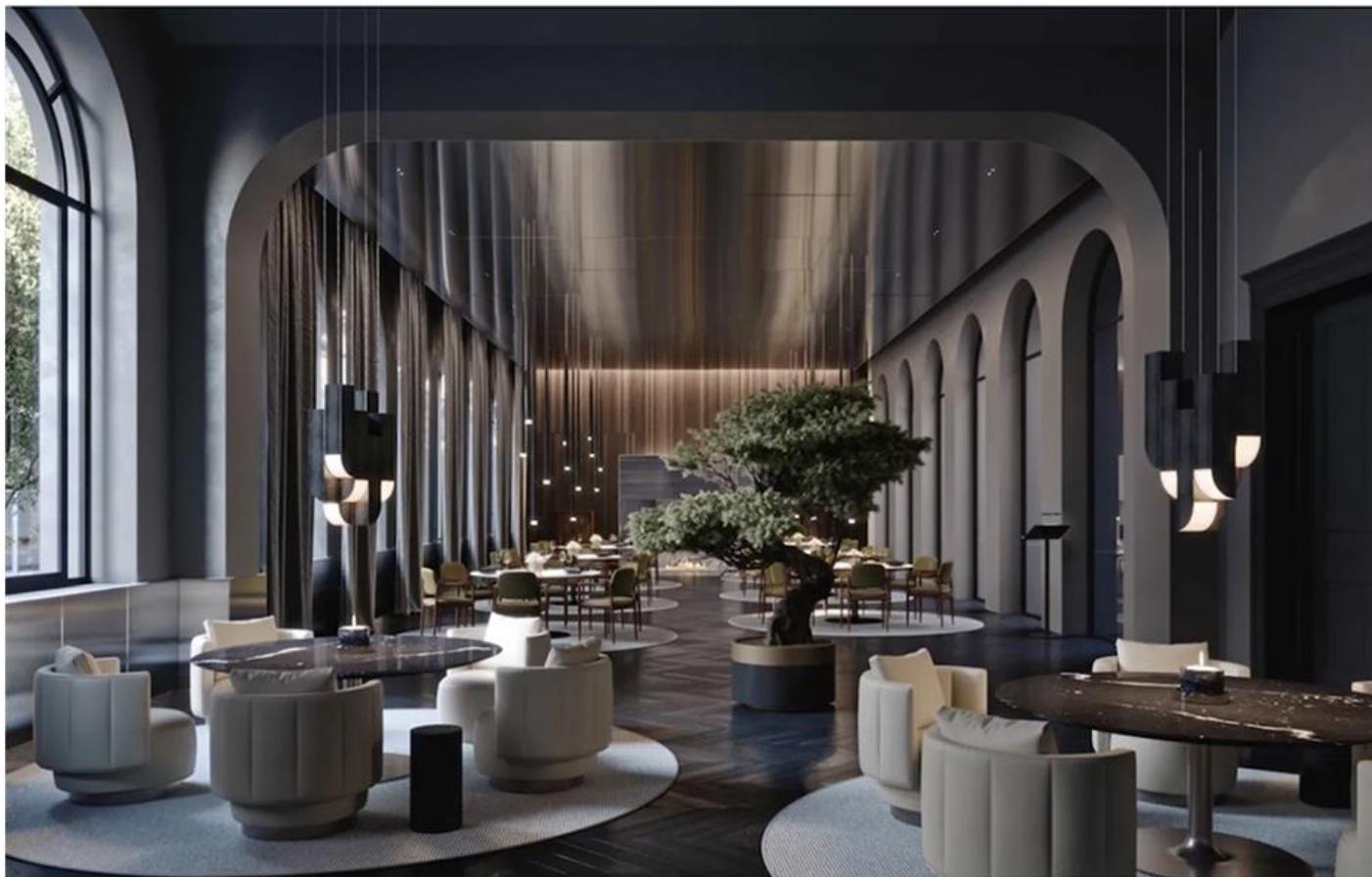
Minotti presenta il film The Grand Tour per celebrare il 75esimo anniversario

In esclusiva per AD il film Parisian Allure, parte del progetto Grand Tour, che celebra in suggestive location il lifestyle di Minotti.



di Marilena Pitino

18 maggio 2023

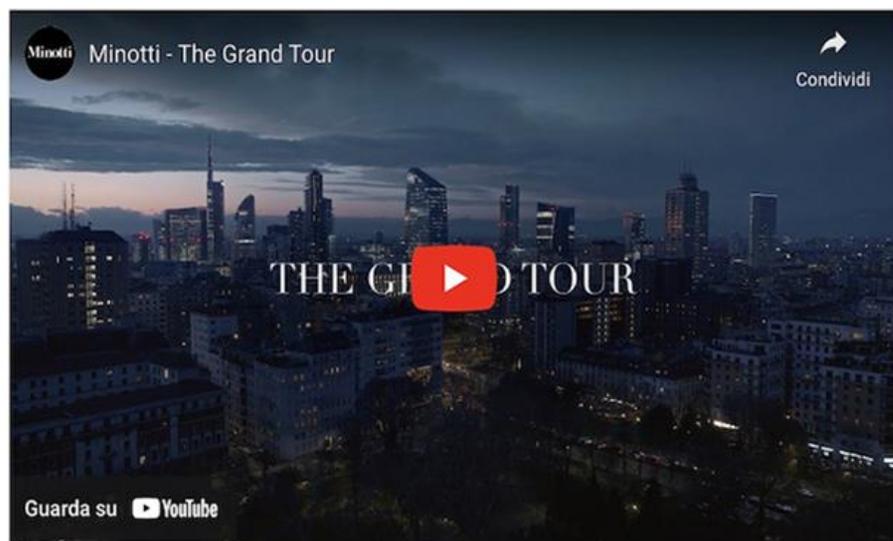


The Grand Tour, un progetto che celebra il lifestyle di Minotti. Courtesy Minotti

I luoghi di Minotti

Viaggio nel mondo attraverso il lifestyle, distintivo e riconoscibile, dell'azienda espressione del Made in Italy. Passando per uno short movie, The Grand Tour, e tre nuove aperture: a Seoul, Lisbona e Shenzhen

Manuela Di Mari | 7 Luglio 2023



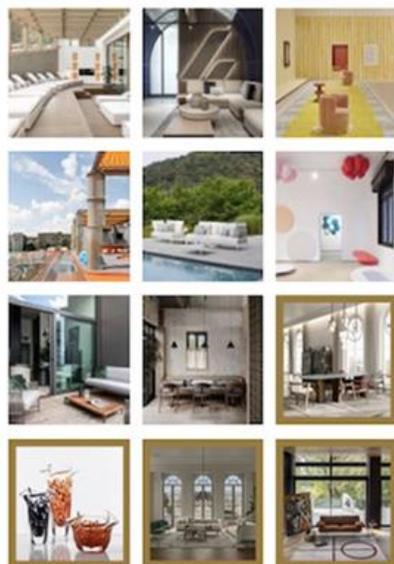
È con una vocazione internazionale che **Minotti** diffonde il proprio concetto di Made in Italy fatto di innovazione e tradizione. In ogni parte del mondo, il gusto e le collezioni del brand si esprimono in un linguaggio universale eppure personale: negli **80 Paesi** in cui è presente, attraverso i **53 flagship store** e il network di oltre 300 distributori qualificati. Sino agli ambienti residenziali o contract di chi sceglie i suoi prodotti.



The Grand Tour by Minotti

Instagram

IFDMDESIGN



CARICA ALTRO...

 SEGUI SU INSTAGRAM

IFDM Newsletter

* indicates required

Email *

Job *

Country *

Newsletter

- Thursday News
- Projects & Hospitality
- Monthly Journal

Subscribe

ANNIVERSARI

Minotti, storia di eccellenza Made in Italy al traguardo dei 75 anni

Testo di [Patrizia Malfatti](#)

 [Aggiungi ai preferiti](#)



Minotti at Salone del Mobile.Milano 2023, photo courtesy

È un “abitare profondo” quello proposto da Minotti. Un lifestyle classico ma contemporaneo nel settore residenziale e hospitality. E distintivo per la sua capacità di far evolvere anche le tradizioni

Settantacinque anni e il desiderio di celebrare questo traguardo con un viaggio attraverso i valori e la storia del brand **Minotti**. E così l'azienda di

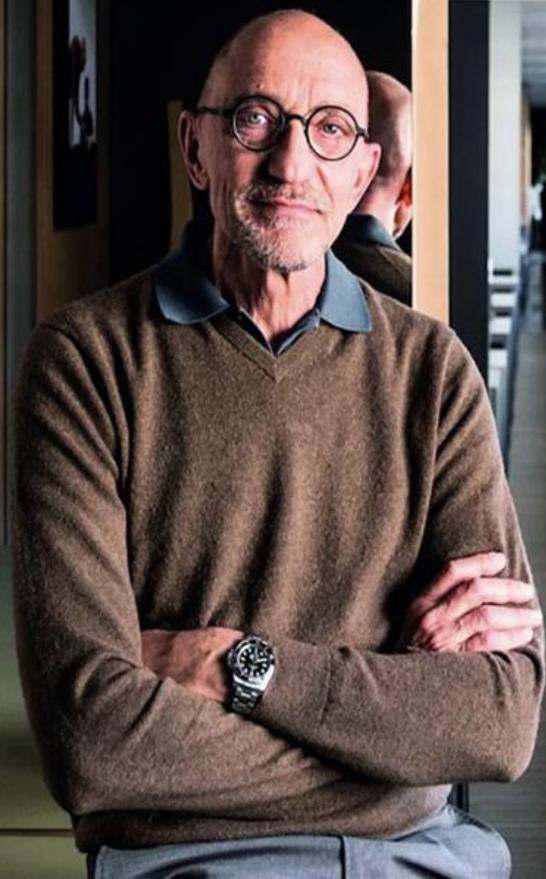
NEWS

Addio a Rodolfo Dordoni, architetto e designer milanese, uno dei nostri talenti AD100

Architetto razionalista e professionista dalla personalità poliedrica, Rodolfo Dordoni, classe '54, lascia oggi un vuoto nel mondo del design.

di Redazione AD

1 agosto 2023



NEWS

RODOLFO DORDONI

IL DESIGN COME RIFERIMENTO DI STILE E PROFESSIONALITÀ



È scomparso prematuramente il 1° agosto **Rodolfo Dordoni**, architetto e designer. Era nato a Milano nel 1954, dove si era laureato in Architettura nel 1979. Attivo con due studi - uno per il design, l'altro, fondato con Alessandro Acerbi e Luca Zaniboni, dedicato alla progettazione di interni residenziali, industriali e commerciali, negozi, alberghi e stand fieristici - è stato responsabile della direzione artistica della collezione vetro di Artemide, di Cappellini (dal 1979 al 1989), della collezione arredo di FontanaArte, di Foscarini, Roda (dal 2006) e ha disegnato prodotti per le maggiori aziende dell'arredamento italiano, come Molteni e Cassina.

Dal 1997 collaborava con Minotti, produttore della sua prima collezione di sedute (tra cui la poltrona Suitcase, ispirata al mondo della moda e della valigeria). Nominato nel 1998 art director e coordinatore di tutte le collezioni, ha realizzato sistemi di seduta per interni ed esterni, contribuendo all'immagine e all'identità internazionale dell'azienda.

ADI Associazione per il Disegno Industriale

Sede legale: via Bramante 29, 20154 Milano

Sede operativa: piazza Compasso d'Oro 1, 20154 Milano

T +39 0238292142

info@adi-design.org

Trasparenza

[L'atto costitutivo](#)

[Lo Statuto](#)

[Il Codice deontologico](#)

[Bilanci](#)

È morto l'architetto e designer Rodolfo Dordoni



Ha firmato per importanti aziende di arredo e illuminazione

ROMA, 01 agosto 2023, 18:26

Redazione ANSA



← - RIPRODUZIONE RISERVATA

È morto l'architetto e designer Rodolfo Dordoni, art director della Minotti, già responsabile nel corso degli anni della direzione artistica di importanti aziende come Artemide, Cappellini, Fontana Arte, Foscarini e Roda.

Era nato a Milano nel 1954.

A darne notizia sono Renato e Roberto Minotti, con la terza generazione, Alessio, Alessandro, Susanna e Leonardo Minotti.

"Per oltre 25 anni - si legge in una nota - a fianco della famiglia Minotti, nel suo percorso progettuale, grazie alla sua straordinaria visione, passione e dedizione, Rodolfo Dordoni ha contribuito a dare vita ad un linguaggio stilistico preciso che ha reso riconoscibile Minotti a livello internazionale, rafforzando così l'identità del brand che ha fatto della continuità il suo segno distintivo.

Condividi



Arredamento, Mobili

Architettura

Economia, affari e finanza

...

IN EVIDENZA

Le ultime notizie sulla guerra in Ucraina, in diretta



È morto il designer Dordoni: un successo basato sullo stile sobrio

di Silvia Nani

Milanese, nato nel 1954, le sue creazioni che univano eleganza e funzionalità hanno costellato 25 anni di sodalizio con l'azienda Minotti



Ascolta l'articolo 4 min



NEW

Se n'è andato in punta di piedi **Rodolfo Dordoni**, architetto e designer tra i più importanti e stimati della sua generazione, dopo una lunga malattia fatta di alti e bassi ma sempre vissuta con quella discrezione che l'ha sempre contraddistinto. Il mondo del design ne era al corrente e seguiva con affetto **Rudi** (come lo chiamavano tutti), ma a distanza, eccetto pochi suoi amici più intimi. E la notizia della sua scomparsa oggi pomeriggio è circolata privatamente, con quel riserbo che lui avrebbe voluto.

People > What's On

ADDIO A RODOLFO DORDONI, SIGNORE DEL DESIGN

Il suo è un segno che non urla, non segue le mode e non chiede di essere protagonista ma silenzioso compagno della vita quotidiana. E gli oggetti che ha disegnato continueranno a raccontare la sua lezione



Di CARLOTTA MARELLI 01/08/2023



Stefano Triulzi



Un segno sobrio e leggero, elegante e sottile, razionale e rigoroso, ma mai severo o algido: nei progetti di Rodolfo Dordoni, architetto e designer morto l'1 agosto 2023, ci sono i tratti del suo carattere, di quel modo di pensare e disegnare milanese che ritroviamo anche in maestri come Magistretti o i Castiglioni.

Addio, Rodolfo Dordoni

È mancato Rodolfo Dordoni. I suoi oggetti equilibrati e gentili sono sempre stati capaci di definire un ambiente e la sua atmosfera, scrivendo la storia del design italiano degli ultimi trent'anni

Giulia Guzzini | 3 Agosto 2023



Rodolfo Dordoni - courtesy Minotti

La cifra che l'ha sempre contraddistinto era una discrezione di stampo milanesissimo. **Rodolfo Dordoni** è morto l'1 agosto, dopo una malattia con cui conviveva da anni, lasciando un vuoto nel mondo del design. Il suo modo di essere, sobrio e riservato, sempre distaccato dai palcoscenici della mondanità, si traduceva in uno stile elegante e raffinato che è stata la voce di grandi marchi del settore. Art director da sempre, dopo la laurea in Architettura nel 1979, ha iniziato a lavorare accanto al suo compagno di studi **Giulio Cappellini**, che iniziava in quegli anni un processo di rinnovamento del marchio di famiglia. Tra le sue prime collaborazioni quella con **Minotti** dal 1997, un sodalizio duraturo che non si è mai interrotto nel tempo. E poi con **Roda**, **Artemide**, **Molteni&C**, **Cassina**, **Poliform**, **Kettal**, **Foscarini**, solo per citarne alcune.



Rodolfo Dordoni: 'design come me'

Matteo Vercelloni

3 agosto 2023



Rodolfo Dordoni, architetto e designer milanese classe 1954, è scomparso il 1 agosto lasciando troppo presto la sua capitale del design con la discrezione che lo ha sempre contraddistinto, come testimonia quel suo carattere gentile ed elegante, lontano da gesta chiassose, che ha sempre caratterizzato una ricerca progettuale rigorosa e lontana dalle mode del momento

Nato a Milano Rodolfo Dordoni, è sempre stato legato alla sua città dove si laurea alla Facoltà di Architettura del Politecnico di Milano nel 1979. Da allora i prodotti di Rudi si inseriscono con eleganza e discrezione nella migliore tradizione della storia del design accanto ai pezzi e alle figure dei maestri di cui Dordoni ripercorre con convinzione, sensibilità l'attività di 'direttore creativo'.

DESIGN » EVENTI

L'ultimo saluto a Rodolfo Dordoni Con il suo lavoro ha unito eleganza e concretezza. Oltre ai tanti progetti, ci lascia la lezione che anche la razionalità sa nutrirsi di passione

di Redazione Living



Foto Lea Anouchinsky

Rodolfo Dordoni è mancato martedì 1 agosto 2023, dopo una malattia che l'aveva tenuto lontano, per la prima volta nella sua carriera, dall'ultimo Salone del Mobile. Nato nel 1954 a **Milano** qui si era laureato nel 1979 in architettura al Politecnico di Milano, e sempre nel capoluogo lombardo e centro del design internazionale ha iniziato la sua carriera che l'ha portato a diventare una delle firme più rilevanti del design, grazie a quel mix unico fatto di comfort, bellezza, proporzioni bilanciate ed eleganza misurata, che ha reso il suo lavoro **amato in tutto il mondo**.

STORIE

Rodolfo Dordoni: rompere gli schemi e cambiare punto di vista

Testo di [C. S. Bontempi Sciana](#)[Aggiungi ai preferiti](#)

Rodolfo Dordoni with Suitcase armchair, Minotti. Photo courtesy

Riservato, razionale, discreto, l'art director Rodolfo Dordoni individua nello spostamento del punto di vista il fondamento della costruzione del suo rapporto con le aziende. Con la non trascurabile consapevolezza che piccoli gesti di rottura possano ridurre reciproche spigolosità e differenze. Perché art direction è anche condivisione di caratteri

Aggiornato il 1 agosto 2023. Per ricordare l'architetto e designer **Rodolfo Dordoni**, scomparso martedì 1 agosto 2023, ripubblichiamo questa intervista rilasciata a febbraio dello scorso anno. Milanese, classe 1954, una laurea in architettura conseguita nel 1979 al Politecnico di Milano, Dordoni è stata una delle firme più rilevanti della storia del design italiano contemporaneo. Nel corso della sua lunga carriera, oltre che autore di arredi per numerose aziende di design, è stato direttore artistico di Artemide, Cappellini, FontanaArte, Foscarini, Minotti e Roda.

Seguici su:  Design Idee
da vivere
ed abitare

CERCA



HOME

PERSONAGGI

INTERIOR DESIGN

MOBILI

OUTDOOR

EVENTI

CHIEDI ALL'ARCHITETTO

FAI DA TE

ARCHIVIO



Rodolfo Dordoni: il mondo del design lo ricorda così

Le parole, commosse, del socio Luca Zaniboni, della famiglia Minotti, Carlo Urbinati e Giulio Cappellini

di Francesca Gugliotta

03 AGOSTO 2023 AGGIORNATO ALLE 23:26

6 MINUTI DI LETTURA



«È difficile dimenticare qualcuno che mi ha dato così tanto da ricordare. Un gentiluomo, un maestro, una persona speciale», scrive su Instagram il designer Daniele Lo Scalzo Moscheri. Da quando, il primo agosto, è trapelata la notizia della scomparsa di Rodolfo Dordoni, architetto e designer milanese che ha tracciato un segno indelebile nel modo di fare progetto, tutta la comunità del design, colleghi, amici, giornalisti, proprietari di aziende, hanno inondato i social di messaggi d'affetto. Anche i semplici appassionati di design hanno postato una foto o condiviso un ricordo, perché Dordoni con i suoi numerosissimi progetti - dai divani alle pentole, dalle lampade ai sanitari - è entrato nelle case di tutti. In studio, e i più intimi, lo chiamavano Rudi, e tutti lo ricordano per l'eleganza, i modi gentili, il garbo, quel sorriso discreto, appena accennato, una grazia e un equilibrio che si riflettevano

DESIGN » **INTERIOR DESIGN****A tutto volume** Wallpaper, ceramiche 3D, essenze preziose e mosaici di marmo vestono le superfici domestiche con grafismi e toni caldidi **Barbara Rigamonti** | Styling Alessandro Pasinelli - Foto Beppe Brancato

Poltrona A'mare in policarbonato trasparente, Jacopo Foggini per Edra. **Cuscino** Yack'n'Dye in yak tibetano, Hermès. **Lampada** Luminator, design Achille e Pier Giacomo Castiglioni, Flos. **Divano** Twiggy in pelle impunturata Aspen, Rodolfo Dordoni per Minotti. **Vaso** stampato in 3D di Anne-Sophie Oberkrome. **Tappeto** Incroci Beige in lana tibetana, design Gio Ponti, Amini. Sul **tavolino** Dolmen in noce e metallo verniciato di David Lopez Quincoces per Lema, **svuotatasche** Pli'H in pelle, Hermès, e **vaso** Mantiqueira in cartone riciclato di Domingos Tótora per Tacchini. A pavimento, **piastrelle** Neutra 6.0 in gres porcellanato finitura Oliva, 120 x 240 cm, Florim. A parete, da sinistra: **carta da parati** Kripté, Studio Salaris per Wall&Decò, e **boiserie** in legno iCanneti di rovere europeo verniciato, CP Parquet. Sul fondo, basamento rivestito con **laminato** HPL Green Shot e Fenix Verde Brac di Arpa Industriale.

DESIGN » INTERIOR DESIGN

Stanze in & out

Imbottiti sinuosi, stuoie grafiche e luci stilizzate trasformano logge e terrazze in eleganti oasi relax, in sintonia con la natura

di Redazione Living | Styling Alessandra Salaris - Foto Beppe Brancato



Tavolino Apacheta in rovere cesellato con rivestimento in velluto di cachemire e seta, Christian Mohaded per Loro Piana Interiors.

Lampada da parete Ixa XL in alluminio, Foster+Partners per Artemide. **Divano** Raphael rivestito in tessuto Gary con gambe in alluminio verniciato, GamFratesi per Minotti. **Tappeto** Swing Floor 02 di Marcante-Testa per Carpet Edition. **Tavolino** Carl in acciaio gofrato a polvere e top in pietra lavica, Castello Lagravinese Studio per Berto. **Vaso** Volcano in ceramica smaltata, Bosa. **Poltrona** Arobase rivestita in tessuto Orsetto Flex, Antoine Fritsch & Vivien Durisotti per Roche Bobois. **Lampada** da terra Guerra Fredda in cemento, mattonelle e alluminio, Duccio Maria Gambi. In tutte le foto: parapetto di **piastrelle** in gres porcellanato Confetto, collezione Crogiolo di Marazzi; **rivestimenti** Tay in piallaccio naturale tinto di Tabu.



L'esterno del nuovo store di Minotti a Mumbai

Minotti apre uno showroom in un antico palazzo di Mumbai

by Redazione — 12 Ottobre 2023

Minotti ha inaugurato il suo terzo monomarca in India, a Mumbai. Il nuovo flagship store del brand di arredo contemporaneo è il secondo - dopo quello di Ahmedabad - in collaborazione con il partner locale Design Italiano. Situato a Fort, storico quartiere di epoca coloniale e oggi cuore commerciale e artistico della città, lo showroom si sviluppa su una superficie di circa 350 metri quadrati all'interno del Kitab Mahal, un suggestivo edificio del 1890.



AD



AD100: SCOPRI TUTTA LA LISTA DEL 2024 > »

Sistema di sedute *Dylan*, Minotti



Photo: Supplied

Per chi non è del tutto convinto di investire in un divano curvo, il sistema modulare *Dylan* di Minotti, uno degli ultimi progetti del gruppo del compianto Rodolfo Dordoni, consente una configurazione che combina linee rette con una discreta forma a mezzaluna. Eleganti gambe a forma di lame di alluminio estruso rifinite in bronzo o peltro sollevano il divano da terra, conferendogli un'estetica ariosa e moderna.

minotti.com

India alla terza

Inaugura Minotti Mumbai, terzo monobrand nel Paese. Uno spazio di armonioso incontro fra architettura e design

Redazione | 9 Novembre 2023

f x p in



Minotti Mumbai

Lo spirito del luogo unito al carattere elegantemente contemporaneo del brand. Si configura così il nuovo flagship store di **Minotti** a **Mumbai**, terzo monomarca nel Paese, e secondo dopo Ahmedabad in collaborazione con il **partner locale Design Italiano**. Minotti Mumbai sorge a **Fort**, storico quartiere di epoca coloniale, oggi cuore commerciale e artistico della città, all'interno dell'iconico edificio del 1890 **Kitab Mahal**. Un ampio colonnato svela le vetrine che illuminano naturalmente i 350mq dello store.



Servizio | Grandi dinastie



Di generazione in generazione, il design italiano è un ritratto di famiglia

Sono vicende che partono da lontano, quando artigiani-imprenditori hanno gettato le basi di quelle che oggi sono le aziende simbolo del made in Italy.

di Caterina Maconi

28 novembre 2023



Ascolta la versione audio dell'articolo



12' di lettura



A studiare la genesi delle aziende del mobile nel distretto milanese, i nomi che disegnano l'eccellenza manifatturiera e artigianale del made in Italy nel mondo, la sensazione è di rintracciare un pattern definito e riconoscibile. Molti percorsi calcano le medesime tappe nei medesimi tempi. I fondatori protagonisti di queste avventure imprenditoriali, partite come botteghe di *legnamè* – falegnami, in dialetto, la lingua ufficiale degli esordi – spesso si conoscono, sono amici, condividono passione e competizione, procedendo di pari passo. Crescono quasi allo stesso ritmo, dagli anni della fondazione fino a oggi. Gli ultimi dati di FederlegnoArredo parlano di un fatturato che nel 2022 solo in quest'area ha superato i 5,1 miliardi di euro. Il minimo comune denominatore del successo va rintracciato proprio nelle radici, in quei bisnonni e nonni vicini di casa che hanno trasmesso il mestiere ai figli. È la famiglia la chiave di lettura più

Minotti | Custom Line 140'

L'intero progetto dello yacht uscito dai cantieri Ferretti Group, è perfetto per convivialità e condivisione grazie al comfort delle collezioni Minotti

Redazione | 4 Dicembre 2023

f X P in



Custom Line 140 by Custom Line

Poter godere del contatto diretto con il mare e allo stesso tempo avere una sensazione di privacy è l'obiettivo raggiunto dal progetto costruttivo di **Francesco Paszkowski Design**, e dal design d'interni studiato dallo stesso Paszkowski insieme a **Margherita Casprini e Custom Line Atelier**.



Gli elementi d'arredo firmati **Minotti** creano il giusto comfort integrandosi con l'estetica navale. Negli spazi open air, si alternano il sistema di sedute **Sunray** e il tavolo **Terrace**, entrambi di **Rodolfo Dordoni**, e le sedute **Daiki Outdoor** disegnate da **Marcio Kogan / studio mk27**.

Instagram

IFDMDESIGN



CARICA DI PIÙ...

SEGUI SU INSTAGRAM

IFDM Newsletter

* indicates required

Email *

Job *

Country *

Newsletter

Thursday News

Projects & Hospitality

Monthly Journal

Subscribe

Minotti