



Delvis + Delvis Unlimited

Born from the dream of a dynamic Italian entrepreneur, Delvis creates a bridge between the tradition of the best Made In Italy, with the capabilities and potential of China. The result is a narrative made of shapes, materials, colors that speak a language without boundaries, through creations of high manufacturing and cultural value. Created by Choice Studio, the new image presents the Delvis Unlimited collection with a graphic style and visual styling that express the idea behind this reality: Mind In Italy, or the encounter between the Italian lifestyle and the international public, through products that even before being made with care, are thought of with intelligence and passion.

DELVIS

DELVIS

Mind in italy
delvis.com

Mod.

Type: Armchair

HK—161

DELVIS

Attention to: Lugano, 10 luglio 2019

Invoice no. 000/2019

	Description	Qty	Unit Price	Total Price
1				
Total				CHF

Payment conditions: 30 days from invoice date

VAT exempt for export

Delvis Limited
Room 503 Wilson House
19-27 Wyndham Street
Central, Hong Kong S.A.R.

Asian Office
Tangchung Pingling Industry Park
523407 Liaobu Tao Dongguan City
东莞迪赛家具有限公司
东莞市寮步镇塘唇平岭工业区

DELVIS

Date: To:

Delvis Limited
Room 503 Wilson House
19-27 Wyndham Street
Central, Hong Kong S.A.R.

Asian Office
Tangchung Pingling Industry Park
523407 Liaobu Tao Dongguan City
东莞迪赛家具有限公司
东莞市寮步镇塘唇平岭工业区

*The Art of
Italian furniture*

DELVIS



*The Art of
Italian furniture*



DELVIS

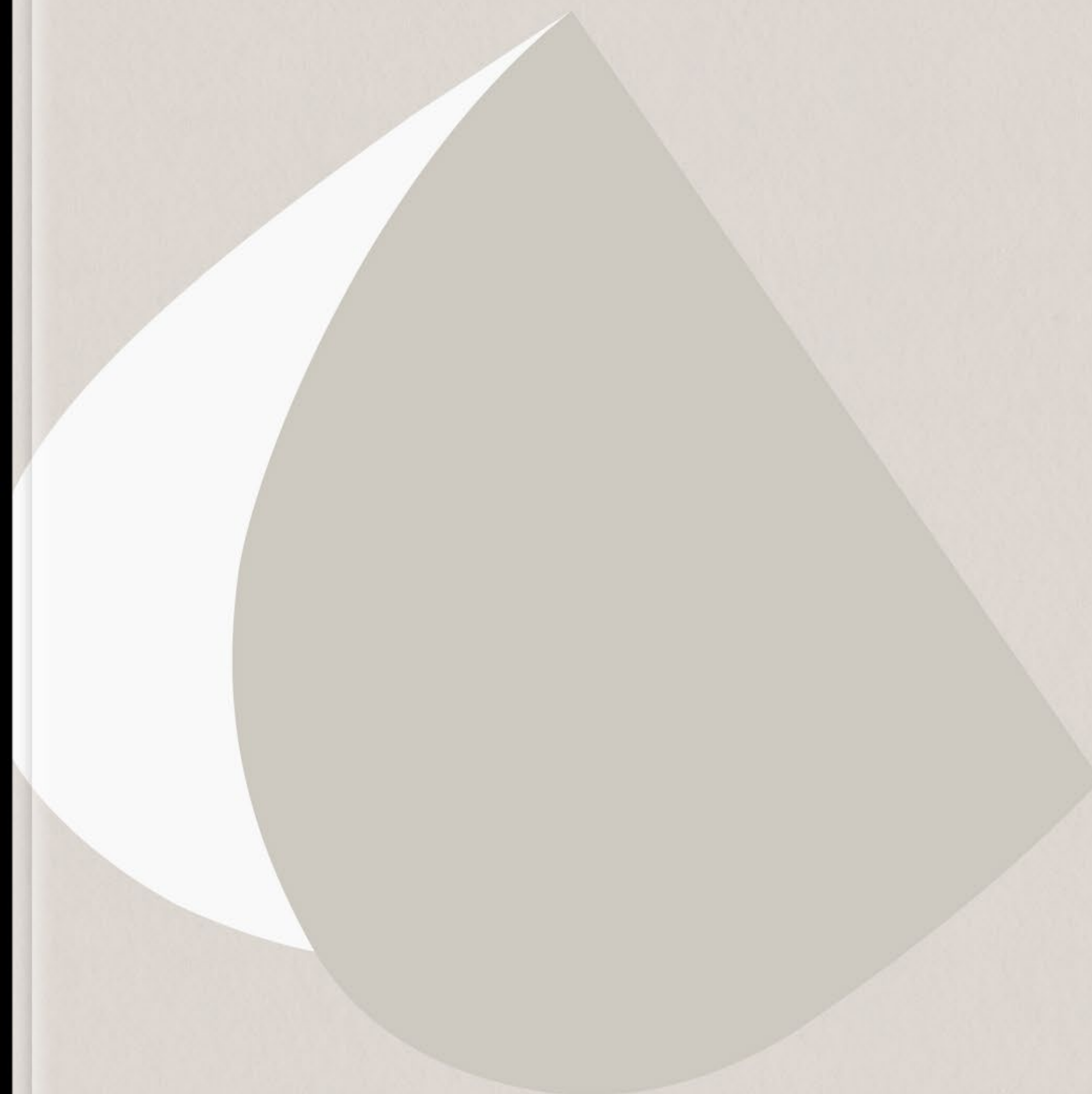
DELVIS



*The Art of
Italian furniture*

Selected Works

Edition 2022



DELVIS

Selected Works

Edition 2022



DELVIS

Price List

Edition 06.22



DELVIS

Collection News

Edition 10.22



DELVIS



WATERGATE

Armchairs,
Sofas, Bench,
Dining Tables,
Beds, Dressers,
Nightstands

3.

Selected Works

Edition 2022

DELVIS



INDEX

Abacus
by Collection



DETAILS

Technical Details
+ Finishes

DELVIS UIt d.





DELVIS UItD.



DELVIS UItD.



Milano Designweek 4–10.09

*Introducing the Delvis Unlimited
Collection by Stefano Del Vecchio
New Showroom: Via Minghetti 8, Milano
September 4–10th, 2021
Press Preview Monday, 6th*



DELVIS UItD.



Firenze, 3 Seats Sofa
+ Bendu, Coffee Table
Unlimited Collection (2021)

Curated by:
Stefano Del Vecchio

DELVIS Utd.

GERVASONI

1882

Gervasoni 1882

Since 1882 it has been describing an informal, yet elegant and contemporary way of living at home. The continuous search for creative potential given by exclusive combinations of industrial materials, natural materials and artisan techniques, combined with the passion of over 130 years of activity, has given life to a style recognizable all over the world. Created by Choice Studio, the new image, brand identity and new logotype reflects a graphic style and visual styling that express the idea behind this reality through products that even before being made with care that are thought of with intelligence and passion.

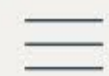
GERVASONI

1882



GERVASONI

1882



GERVASONI

1882

IT—EN 



Contatti

IT—EN

InOut 07

• Dettagli

Specifiche

Gallery

Informazioni

Configura

Divano in Ecoteak.
Cuscini sfoderabili
Designer: Paola Navone

Ai tradizionali materiali da outdoor si affiancano materiali di ultima generazione appositamente sviluppati per resistere agli agenti atmosferici ma non per questo meno seducenti e poetici. Perché ogni luogo all'aperto possa avere una sua anima, proprio come una casa. Con una particolare attenzione alla natura e all'ambiente, dalla provenienza dei materiali ai processi di produzione.

Dimensioni:

Materiali:

IT—EN

Dimensioni:

Materiali:

Finiture disponibili

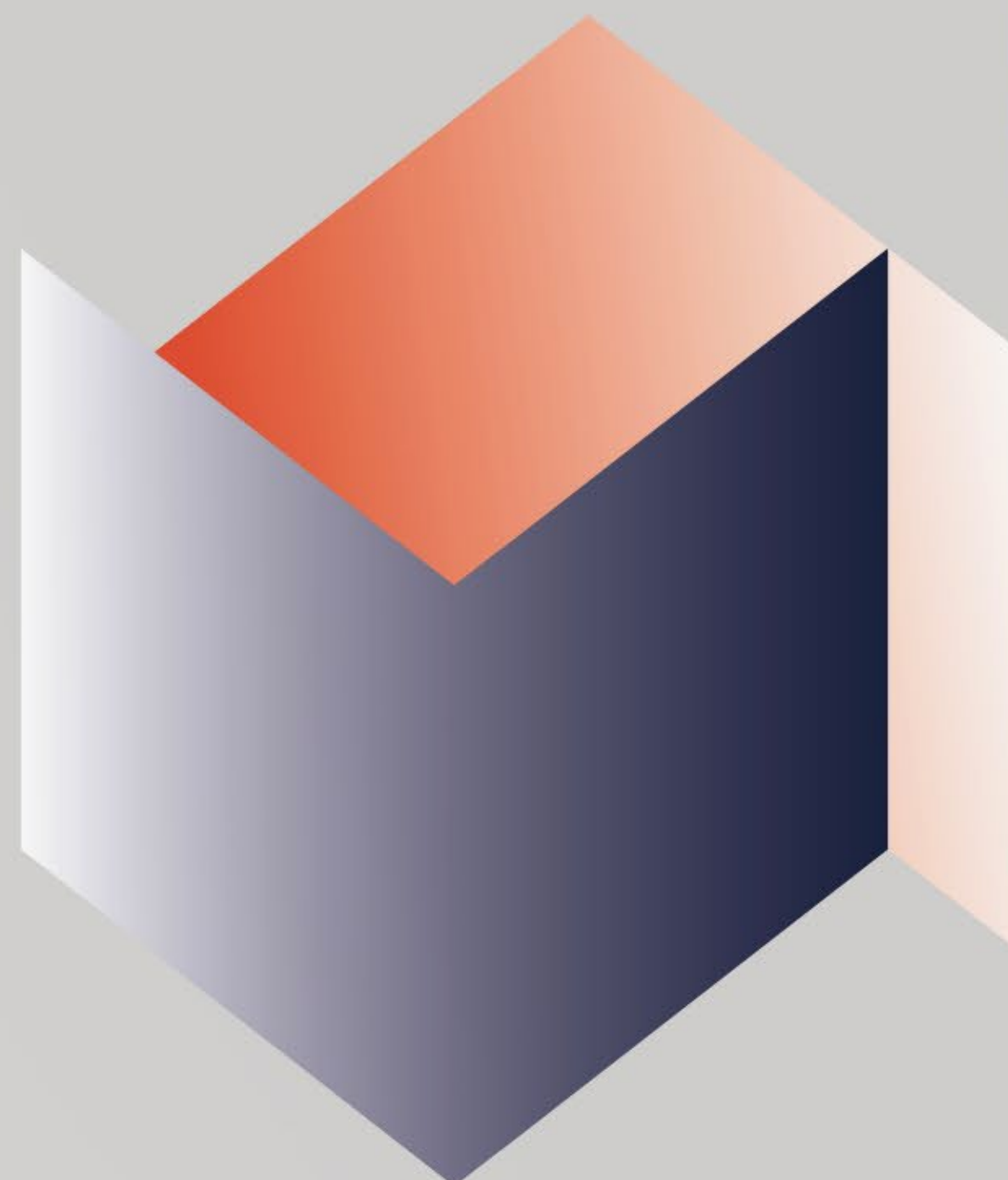
Scarica la scheda di prodotto

Gallery:

Sei interessato a InOut 07

Maison&Objet → *Paris*
18—23.01.2023

→ Hall 7, Stand G155 – H 156
Press: zoe.morozi@r-w.it
www.gervasoni1882.com



GERVASONI

1882

Supersalone → *Milano*
Save the Date
5—10.9

→ 5/10 settembre 2021
Supersalone
Fiera Rho Milano
→ 4/10 settembre 2021
Showroom Gervasoni
Via Durini 7 Milano

GERVASONI
1882

New Showroom → *Milano*
Opening Cocktail
9—6.2022

→ Cocktail Reception
09.06.2022
H. 19.00–22.00
From Tuesday 7.06
to Sunday 12.06
H. 10.00–20.00
Via Spartaco, Milano

GERVASONI
1882

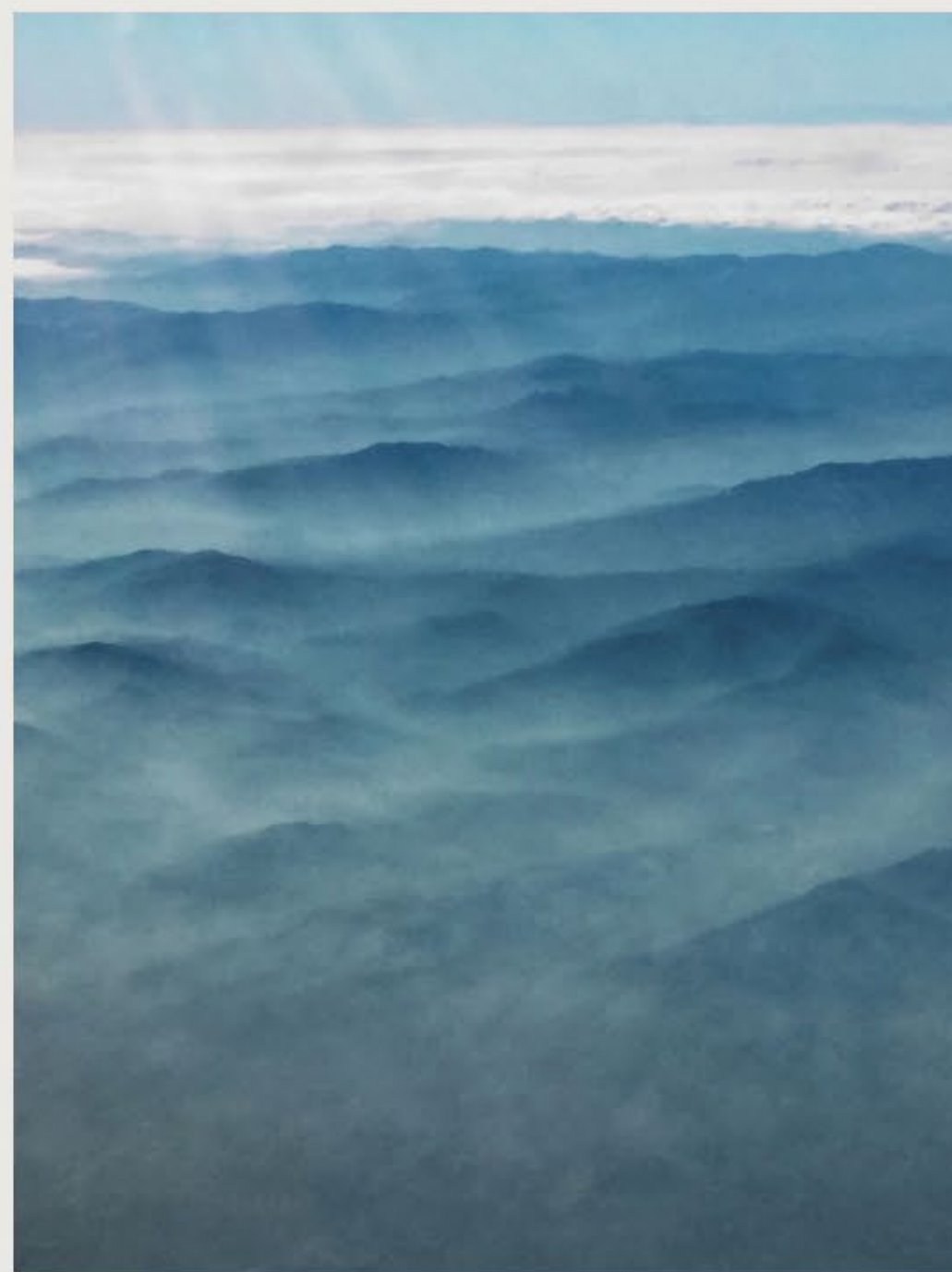
Maison&Objet → *Paris*
18—23.01.2023

→ Hall 7, Stand G155 – H 156
Press: zoe.morozzi@r-w.it
www.gervasoni1882.com

GERVASONI
1882







Inspiration #5
Max Rommel
In Flight, 11.2021
Canon Eos 5

Plumeau, Cristina Celestino

Letto/Bed



Daen,
Federico
Peri

Mobili contenitori/Storage units



Saia,

Divano/Sofa

IT→ Dalle linee bilanciate, la collezione di imbottiti Saia nasce da un ideale classico reinterpretato in chiave contemporanea. Il nome, in portoghese "gonna", racconta il suo tratto distintivo: un rivestimento sfoderabile che cade leggero ed elegante fino a terra ed aderisce alla struttura del divano, enfatizzata e disegnata dal discreto piping che ne definisce la forma. Prodotti eleganti, versatili che ricordano l'eleganza e la dolcezza di una figura femminile: un invito a sedersi comodamente per essere abbracciati ed avvolti dal massimo comfort.

EN→ With balanced lines, the Saia upholstered collection is created from a classic ideal reinterpreted in a contemporary key. The name, meaning "skirt" in Portuguese, illustrates its distinctive feature: a removable cover that falls light and elegant to the ground and adheres to the structure of the sofa, emphasized and designed by a discreet piping that defines its shape. Elegant, versatile products, that bring to mind the elegance and sweetness of a female figure: an invitation to sit comfortably to be embraced and wrapped in maximum comfort.

FR→ Avec ses lignes équilibrées, la collection Saia découle d'un idéal classique réinterprété dans une perspective contemporaine. Le nom Saia, « jupe » en portugais, exprime son trait distinctif: une housse amovible qui tombe légère et élégante jusqu'au sol et adhère à la structure du canapé, rehaussée et dessinée par le passepoil discret qui définit sa forme. Des produits élégants et polyvalents qui rappellent l'élégance et la douceur d'une silhouette féminine: une invitation à s'asseoir confortablement pour être enlacés et enveloppés dans le plus haut confort.

DE→ Mit ihren harmonischen Linien folgt die Kollektion Saia einem klassischen Ideal, das zeitgemäß neu interpretiert wurde. Der portugiesische Name "Rock" weist auf ihr charakteristisches Merkmal hin: ein abnehmbarer Bezug, der leicht und elegant bis zum Boden reicht und sich an die Struktur des Sofas anschmiegt, unterstrichen und gestaltet durch die dezente Paspel, die seine Form definiert. Elegante, wandlungsfähige Produkte, die an die Eleganz und Anmut einer weiblichen Figur erinnern: eine Aufforderung, sich bequem hinzusetzen, sich umarmen und behaglich einhüllen zu lassen.



Grey, Loll, Next, Nuvola
Collections

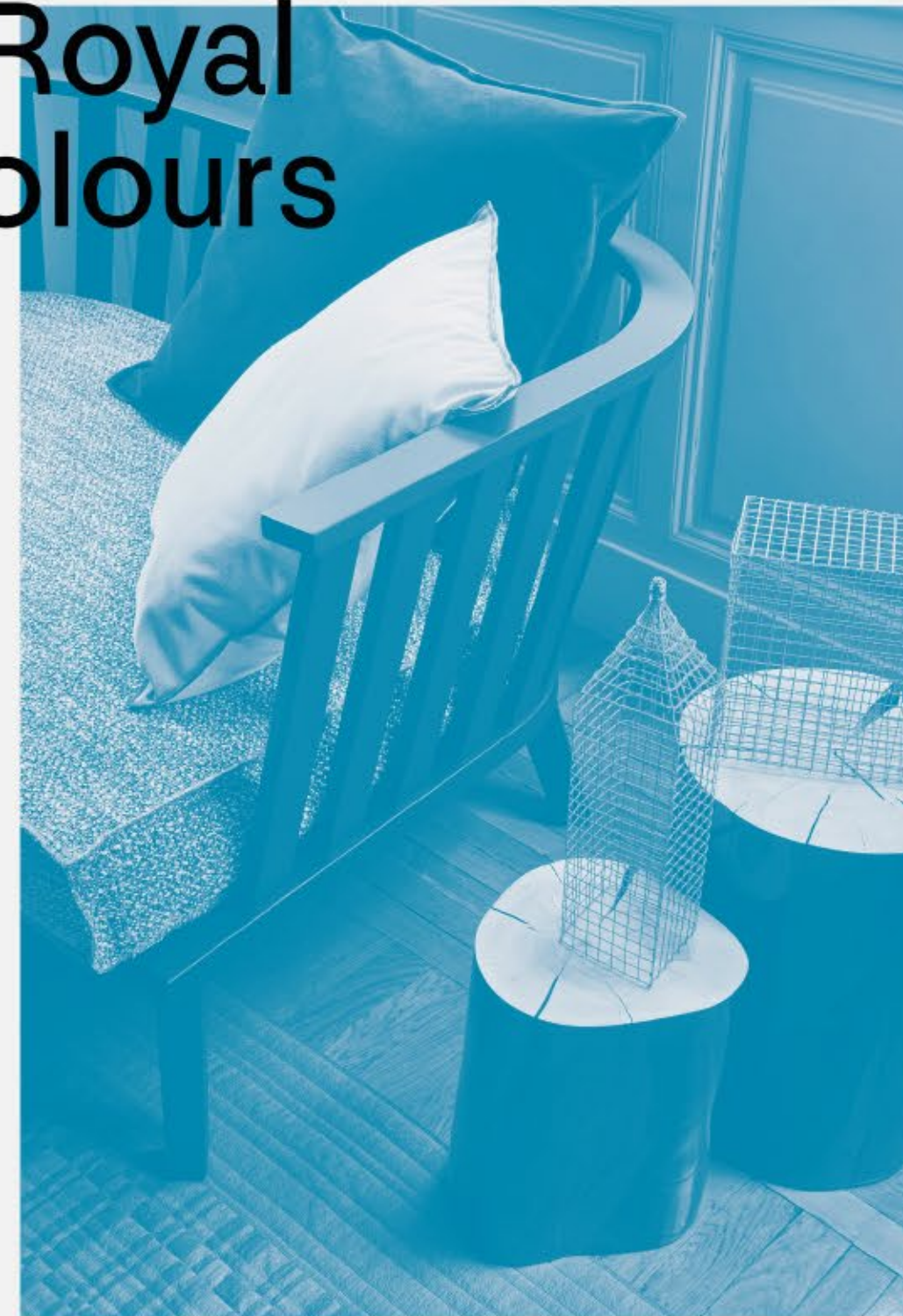


GERVASONI

1882



1. Royal Colours



09







034

↑ Gray 28: Dondoko / Rocking chair in Minù Stone
(stitching 6450 Ardesia)

035

Grey Duplex



177

Technical by Collection



I. Un nuovo modo di concepire l'arredo viene raccontato attraverso questo catalogo: un viaggio in luoghi diversi, che vuole narrare l'attenta ricerca di Gervasoni nel mostrare i prodotti nei più svariati contesti. Da abitazioni di città, a quelle di lago, ad altre immerse nella natura più profonda, per un percorso all'insegna della versatilità e adattabilità.

E. This catalogue recounts a new way of conceiving furnishing: a journey to different places, which aims to narrate the special attention Gervasoni reserves for displaying products in manifold contexts. From city to lakeside residences and dwellings immersed in unspoilt nature, for a path dedicated whose keywords are versatility and adaptability.

F. Hicia sum ium fuga. Ovidias delenis ut acipsae. Core, nectatius restior sed quunt. Ur apid utemolupta idem qui delitatia dolorem nos eos esto mo eum quati cus aut escid quiatem poresendic temodit veris quasini miliqui dundit ad ut quid quiam, nim facepudignia aut et etus andebitiis si volendeles sequia volupient, nimolupti solorporro conecti volores adignatenis unt.gnia aut et etus andebitiis si volendeles sequia volupient, nimolupti solorporro conecti volores adignatenis unt.

D. Hicia sum ium fuga. Ovidias delenis ut acipsae. Core, nectatius restior sed quunt. Ur apid utemolupta idem qui delitatia dolorem nos eos esto mo eum quati cus aut escid quiatem poresendic temodit veris quasini miliqui dundit ad ut quid quiam, nim facepudignia aut et etus andebitiis si volendeles sequia volupient,

OUTDOOR
GERVASONI
1882

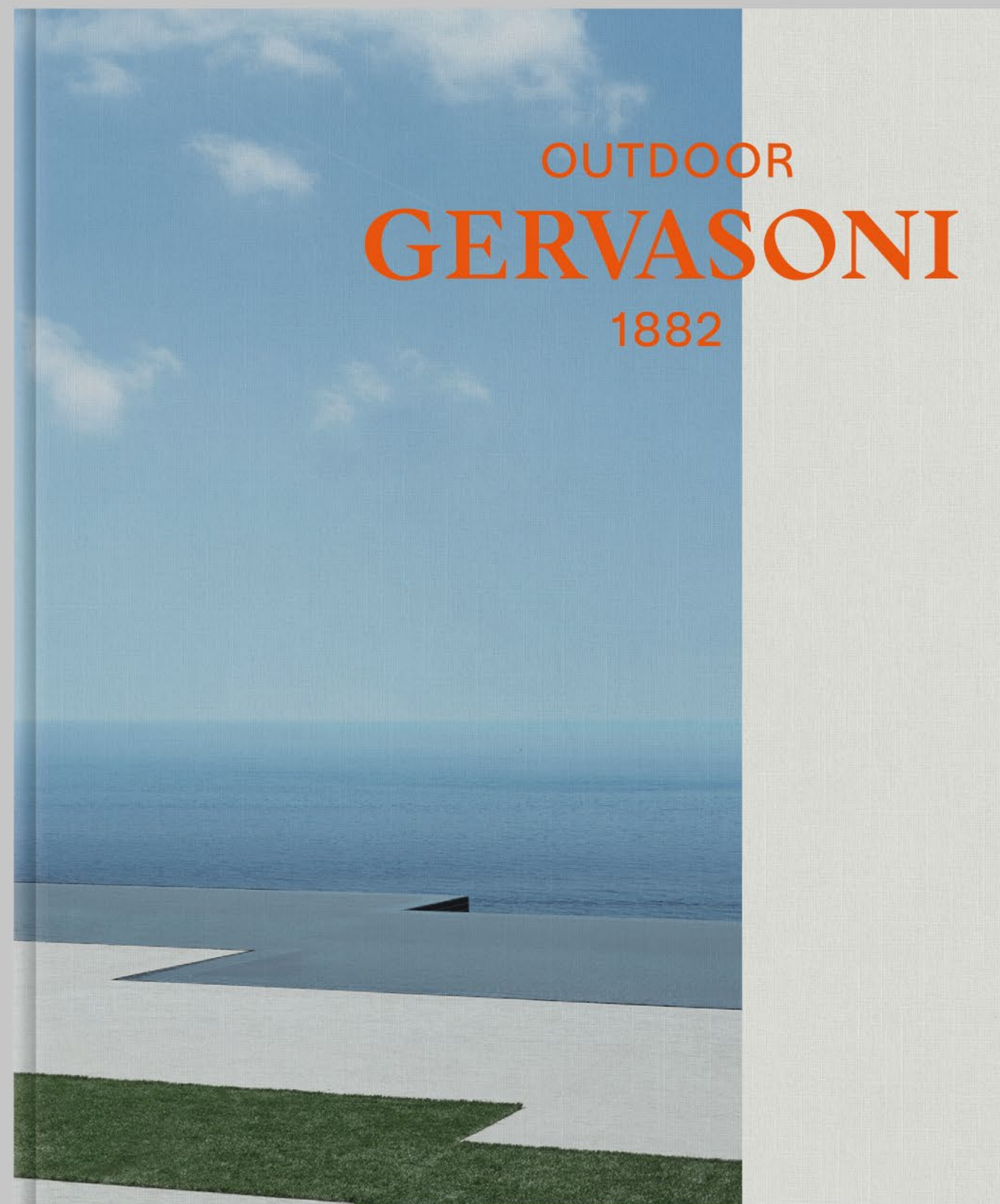
Gervasoni Outdoor

Gervasoni's strong point is the meticulous attention to detail and the use of materials worked with great skill. Gervasoni uses materials with different backgrounds, natural, contemporary, exotic, technical, treating them in full respect of their intrinsic qualities and with the aim of enhancing them. Alongside with the Gervasoni 1882 rebranding, Choice Studio has developed the same graphic style and visual styling that express the idea behind this reality through products that even before being made with care.

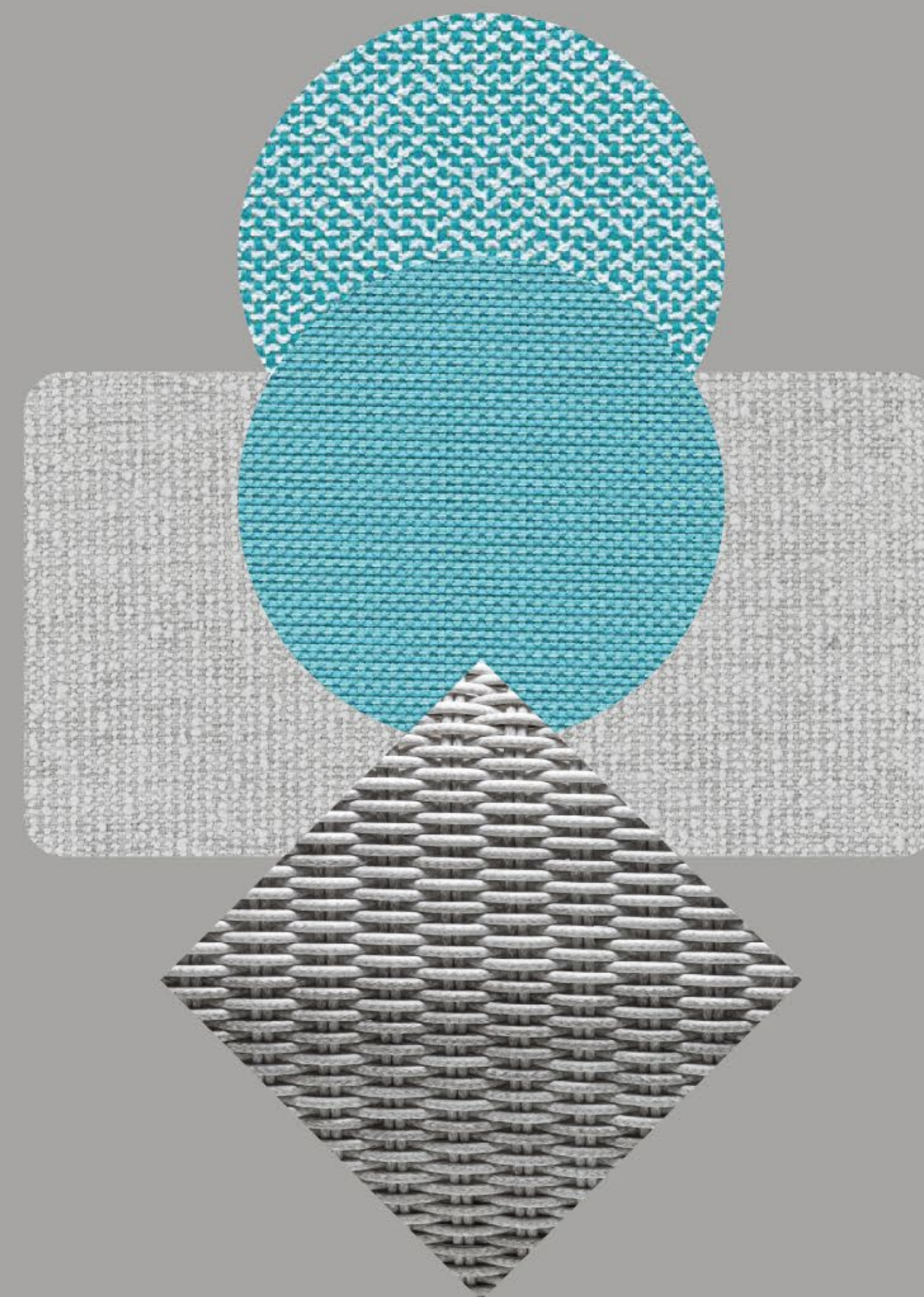
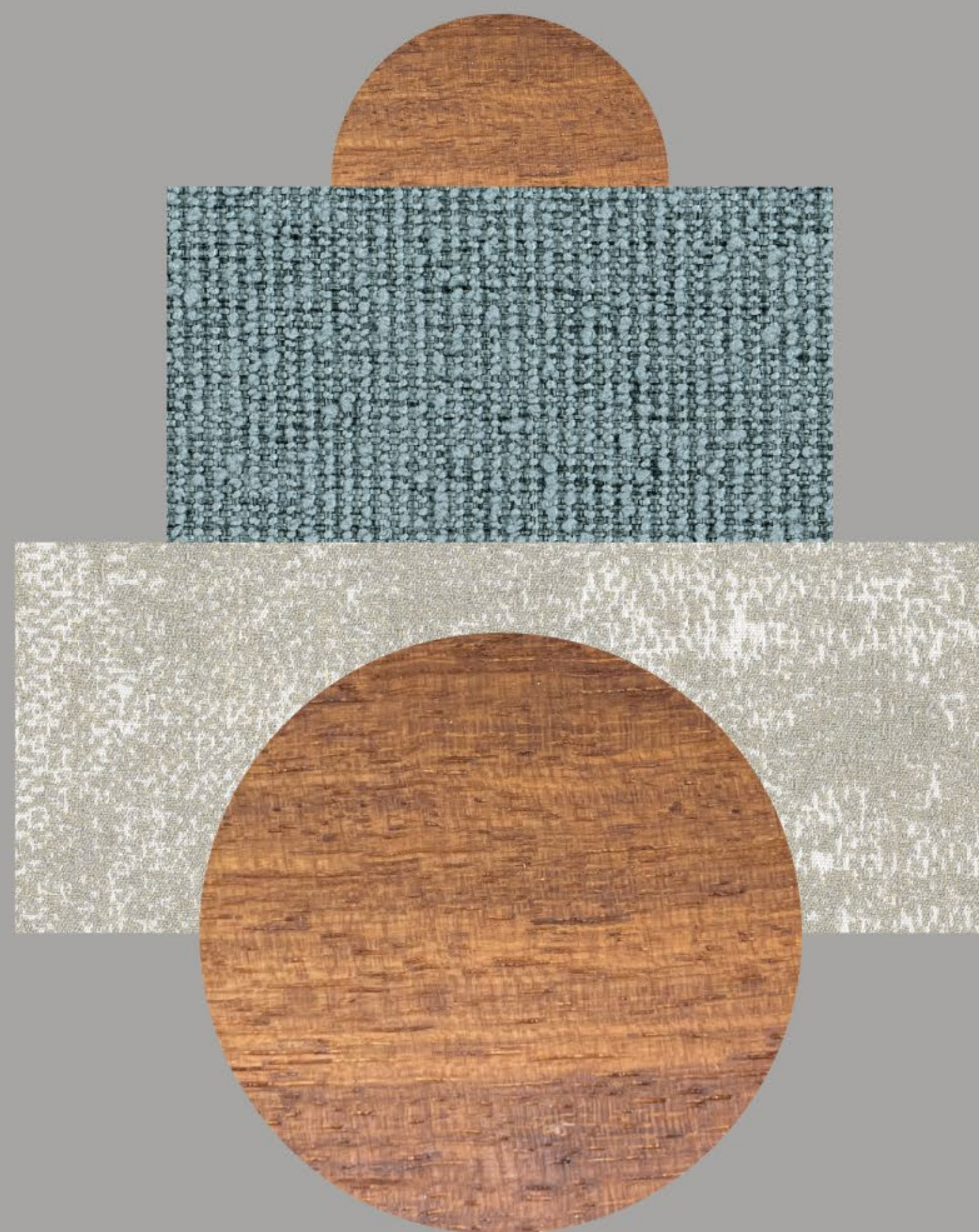
OUTDOOR
GERVASONI
1882



Gervasoni Outdoor



OUTDOOR
GERVASONI
1882





Kasane Collection

Design by
Nendo

57

Hashi Collection

Ispirazioni orientali ed esotiche definiscono Hashi, collezione disegnata da Federica Biasi e composta da divano componibile e sedia a dondolo. Letteralmente “bacchette” in giapponese, Hashi dà vita a prodotti caratterizzati da incontri di stili, sapori e culture differenti.

Oriental and exotic inspirations define Hashi, the collection designed by Federica Biasi, including a modular sofa and a rocking chair. Literally “chopsticks” in Japanese, Hashi presents products characterised by the encounter with different styles, flavours and cultures.

Des inspirations orientales exotiques définissent Hashi, une collection dessinée par Federica Biasi qui se compose d'un canapé modulaire et d'un rocking-chair. Hashi, qui signifie « baguettes » en japonais, donne vie à des produits caractérisés par des rencontres entre des styles, des saveurs et des cultures différents.

Orientalische und exotische Inspirationen definieren Hashi, eine von Federica Biasi designte Kollektion aus modularem Sofa und Schaukelstuhl. Wörtlich aus dem Japanischen übersetzt, bedeutet Hashi „Stäbchen“ und lässt Produkte entstehen, die sich durch Begegnungen aus unterschiedlichen Stilen, Geschmäckern und Kulturen auszeichnen.



Hashi Collection

IT. Ispirazioni orientali ed esotiche definiscono Hashi, collezione disegnata da Federica Biasi e composta da divano componibile e sedia a dondolo. Letteralmente "bacchette" in giapponese, Hashi dà vita a prodotti caratterizzati da incontri di stili, sapori e culture differenti.





↑ Inout 858 L: Chiasse longue.
Seduta/seat in Lisboa 04-C.
Cuscini/ cushions: 1 80x80 in
London 02-C; 1 60x60 in London
05-C, 1 40x40 in Oslo 07-C.

↑ Inout 858 R: Chiasse longue.
Seduta/seat in Lisboa 04-C.
Cuscini/ cushions: 1 80x80 in
London 02-C; 1 60x60 in Oslo
09-C, 1 40x40 in London 02-C.

↑ Inout 859 L: Chiasse longue.
Seduta/seat in Aspen 01-C.
Cuscini/ cushions: 1 80x80 in
Oslo 03-C; 1 60x60 in Lisboa
05-C, 1 40x40 in London 02-C.

↑ Inout 859 R: Chiasse longue.
Seduta/seat in Aspen 01-C.
Cuscini/ cushions: 1 80x80 in
Oslo 03-C; 1 60x60 in Lisboa
05-C, 1 40x40 in Oslo 06-C.

Dining Tables

Il piacere del convivio all'aria aperta declinato in tante forme diverse. La mescolanza di materiali non convenzionali per l'outdoor eppure perfettamente idonei – come ceramica, marmo, cemento, alluminio o acciaio – suggerisce nuovi modi di pensare la tavola all'aperto, che sia per tanti ospiti o per pochi intimi.

The joy of outdoor entertaining articulated into lots of different forms. The mix of non-conventional, yet perfectly suitable outdoor materials - such as ceramics, marble, cement, aluminium or steel - suggests new ways of conceiving the outdoor table whether for large groups or close relatives and friends.

Le plaisir de recevoir dehors décliné sous de nombreuses formes différentes. Le mélange de matériaux non conventionnels et pourtant tout à fait adaptés à un usage extérieur – comme la céramique, le marbre, le béton, l'aluminium ou l'acier – suggère de nouvelles façons de penser la table d'extérieur, que ce soit pour un grand nombre d'invités ou pour un petit comité.

Die ganze Vielfalt des Vergnügens, im Freien zu speisen. Die Mischung von Materialien – wie Keramik, Marmor, Beton, Aluminium oder Stahl, die in Außenbereichen eher ungewöhnlich, aber bestens geeignet sind, regt neue Formen des Essens im Freien an, ob in großer Runde oder im kleinen Kreis.

Inout 33, 34, 35

(→)



OUTDOOR
GERVASONI
1882

OUTDOOR
GERVASONI
1882

OUTDOOR
GERVASONI
1882

MAPS



Coming
Soon; *photographs*
by: Andrea Garuti

Coming Soon

Black and white images, shot and sometimes stolen with a Samsung V2, in a Milan made almost surreal by the pandemic, metaphysical in its slowness and silences. Each of these photographs by Andrea Garuti is a short story without words. Milan has stopped, it is almost suspended in a dimension dreamlike, a calm after the storm that is at the same time a prelude to a future without certainties of the past. Choice Studio wrote the contents, created the visual identity, the exhibition, the catalogue and all the communications behind this project including naming e curation.

Coming
Soon; *photographs* Andrea
by: Garuti

SAMSUNG

ARBORE 天

COSTRUZIONI srl

COSTRUZIONI srl

Coming
Soon; *photographs*
by: Andrea Garuti

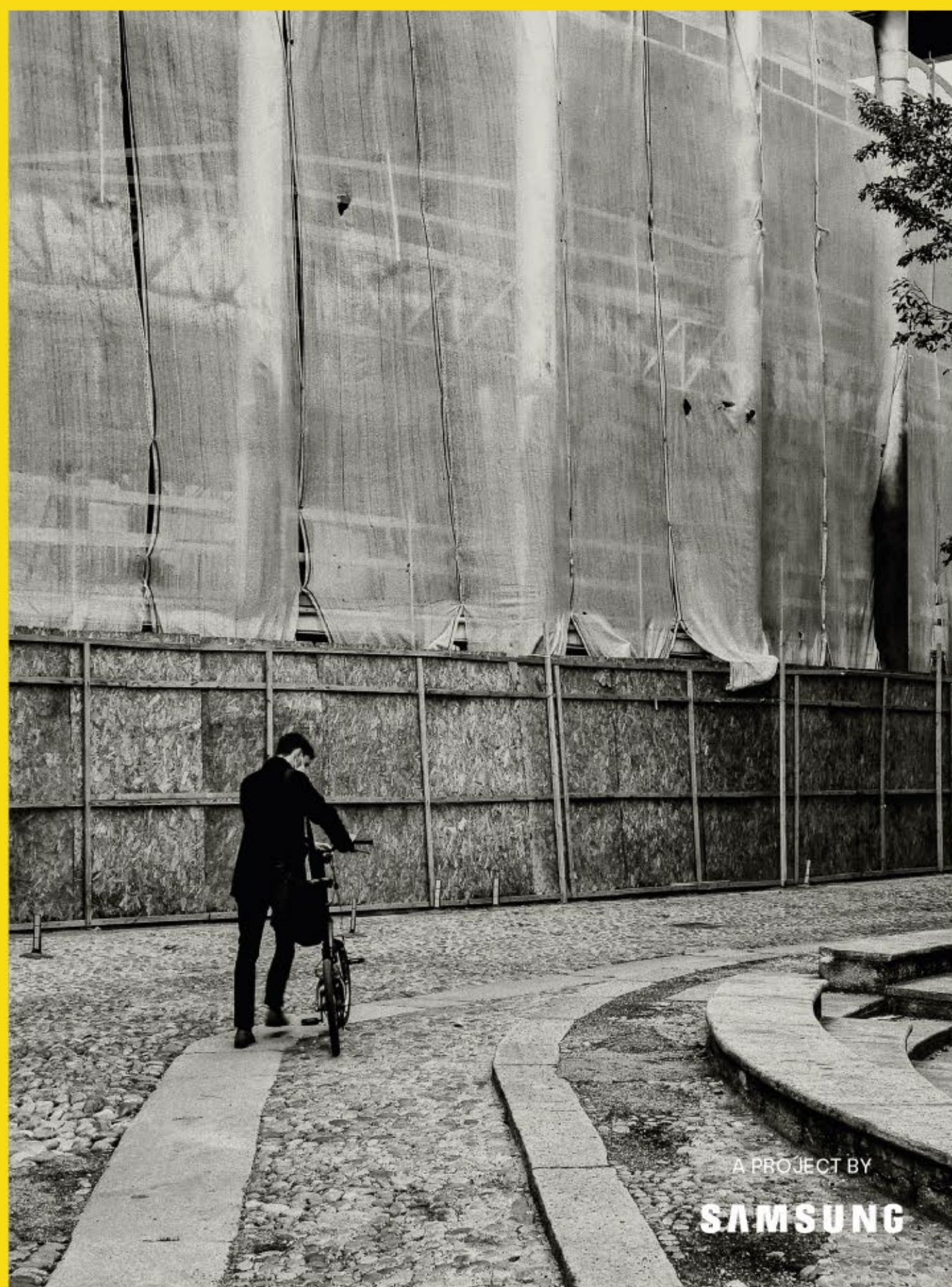
A PROJECT BY
SAMSUNG



Coming
soon;

photographs Andrea
by: Garuti

4.4.—4.9.2021



A PROJECT BY
SAMSUNG

Coming
soon;

photographs Andrea
by: Garuti


4.4.—4.9.2021



A PROJECT BY
SAMSUNG

Coming soon; *photographs* by: **Andrea Garuti**

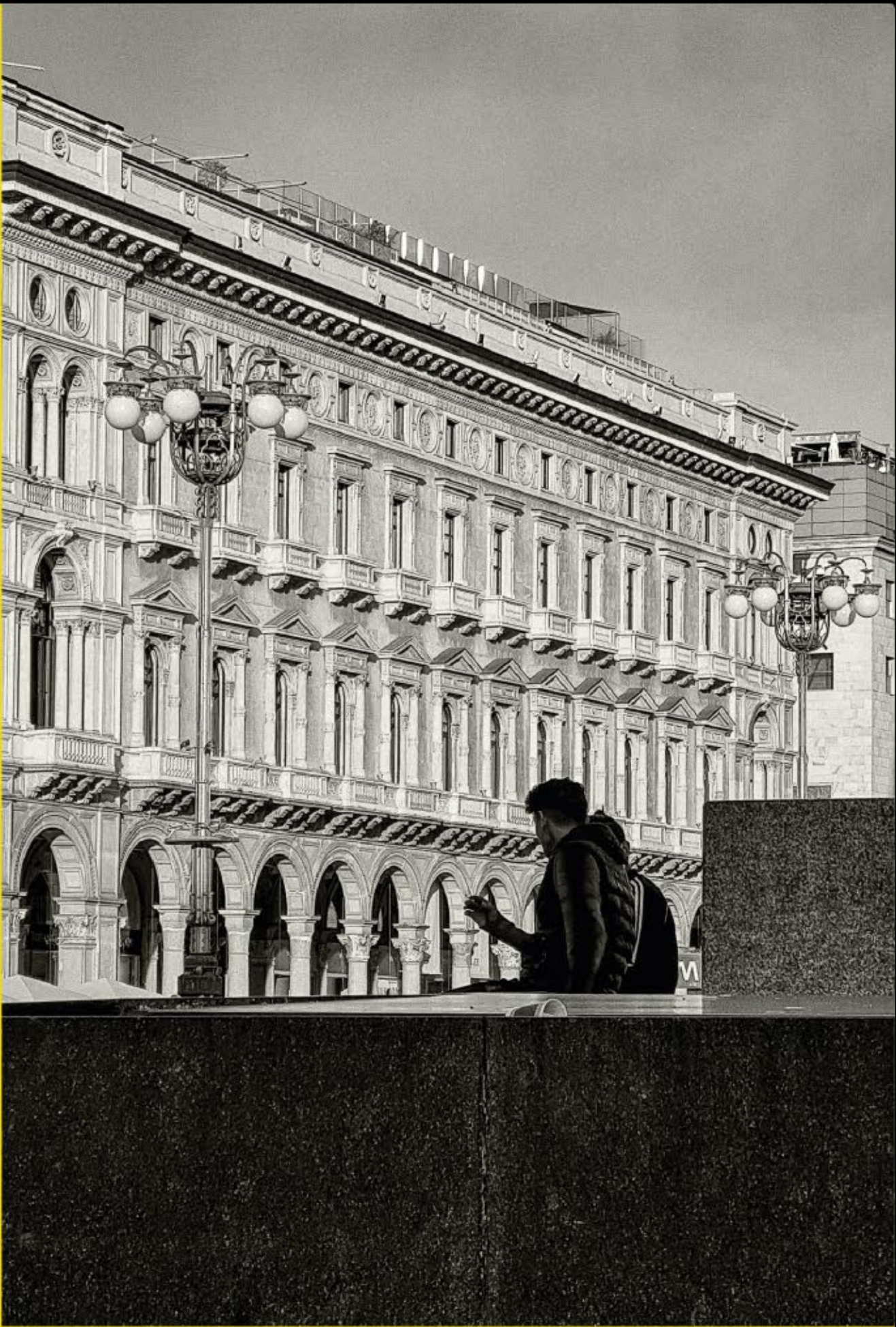
4.4. — 4.9. 2021



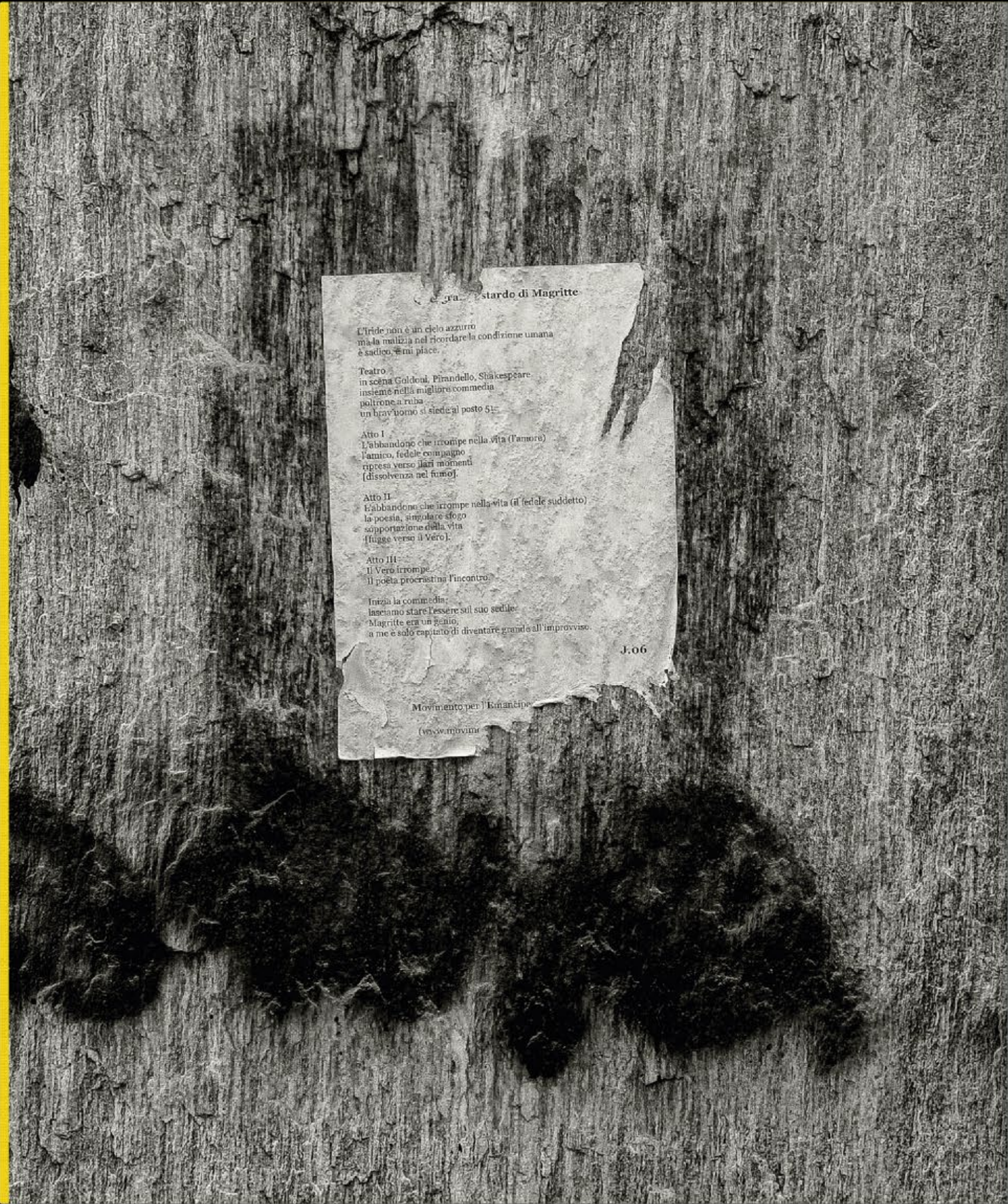
A PROJECT BY
SAMSUNG



Coming soon;	<i>photographs by: Andrea Garuti</i>
Coming soon;	<i>photographs by: Andrea Garuti</i>
Coming soon;	<i>photographs by: Andrea Garuti</i>

Coming soon;	<div><p><i>photographs by: Andrea Garuti</i></p></div>
--------------	--





Coming
soon;

Milano
2020

SAMSUNG



13.4.20

Accademia di Belle Arti,



Largo La Foppa,

18.4.20

②

Infinito Presente



Viale Sabotino,

12.6.20

②

Infinito Presente



Viale Sabotino,

12.6.20



Coming Soon;

Piazza Vetra,

20.3.20

Chapter ②

Massimiliano Gioni

Interview by:

A curator of art exhibitions specializing in contemporary art, Gioni is the artistic director of the New Museum here in New York as well as the artistic director of the Nicola Trussardi Foundation in Milan, the city where he was born and raised. Last year he was the curator of the Venice Biennale. He is thirty-nine years old, has lived in New York since 2006 where he is curator for the New Museum in New York but often returns to Milan where he works as artistic director for the Trussardi Foundation, which is a stone's throw from La Scala. He's just landed, he's from New York, he's wearing a perfectly pressed blue shirt. We sit in a restaurant drinking coffee and when I turn on the recorder I ask him how he flies.

(FS) How does "doing research" work? You get there and where do they take you?

(MG) For me, doing research basically means getting dossiers, portfolios of artists I don't know sent, every time I see the name of an artist I don't know I write it down and then ask or find the gallery, find a contact with him and get in touch. send dossiers, portfolios, material, then I look at it and if I'm interested I try to meet him and get to know the work in person. I continued to collect these files and now I'm going to Beirut. I did an initial screening so I'm going to see and talk to artists whose material I've already seen. Look, I didn't bring the schedule but there are more or less about ten studio visits a day and then appointments with local curators and people who manage and organize museums and exhibitions locally.

(FS) How do they treat you when you go?

(MG) This is a trip organized by me, a collector who is there helps me financially, invites me and pays for the flight. But I like that the trips are organized by me. There are two types of curator research trips you can do: one is organized by a local institution which can be a museum, but museums don't have much money these days to invite so it's usually those consortia, those state foundations that they are in the business of promoting culture, but a lot of those, this is a generalization, usually have access to a very specific slice of the local art world, a bit too officially recognized – so I don't really like traveling that way, I try to travel independently as much as possible by organizing the trip myself and then perhaps looking for financial support so as not to burden the museum or institutions. Due to the various Arab Springs it has become fashionable to go to exhibitions on the Arab world so there have been a lot of exhibitions on the Arab world in Europe. I usually make large archives of materials that I keep looking at and then more or less select and the exhibition takes shape. Alongside the research work on works and artists there is usually more bookish research work, on countries, on literature, and most of this work is done not only by me but with a consistent team of people, to create a species of skeleton or to create a series of interpretative tools.

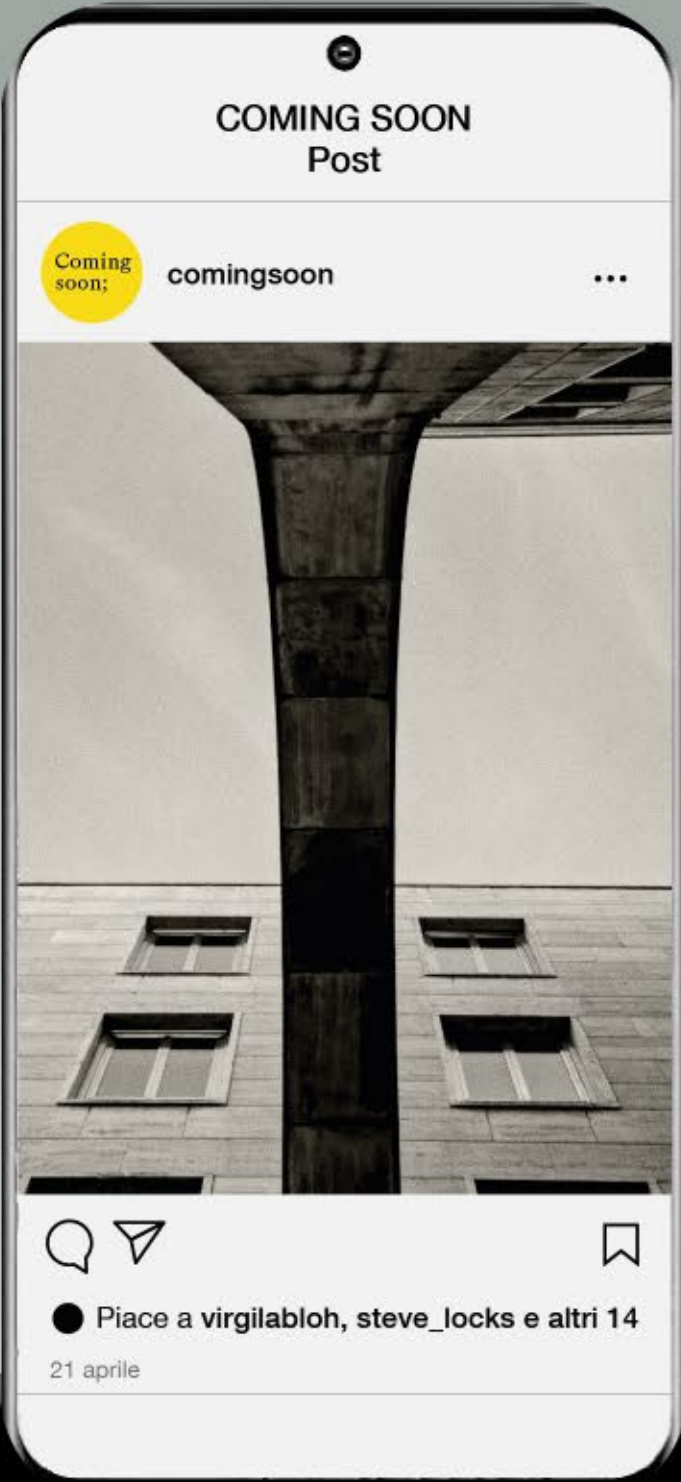
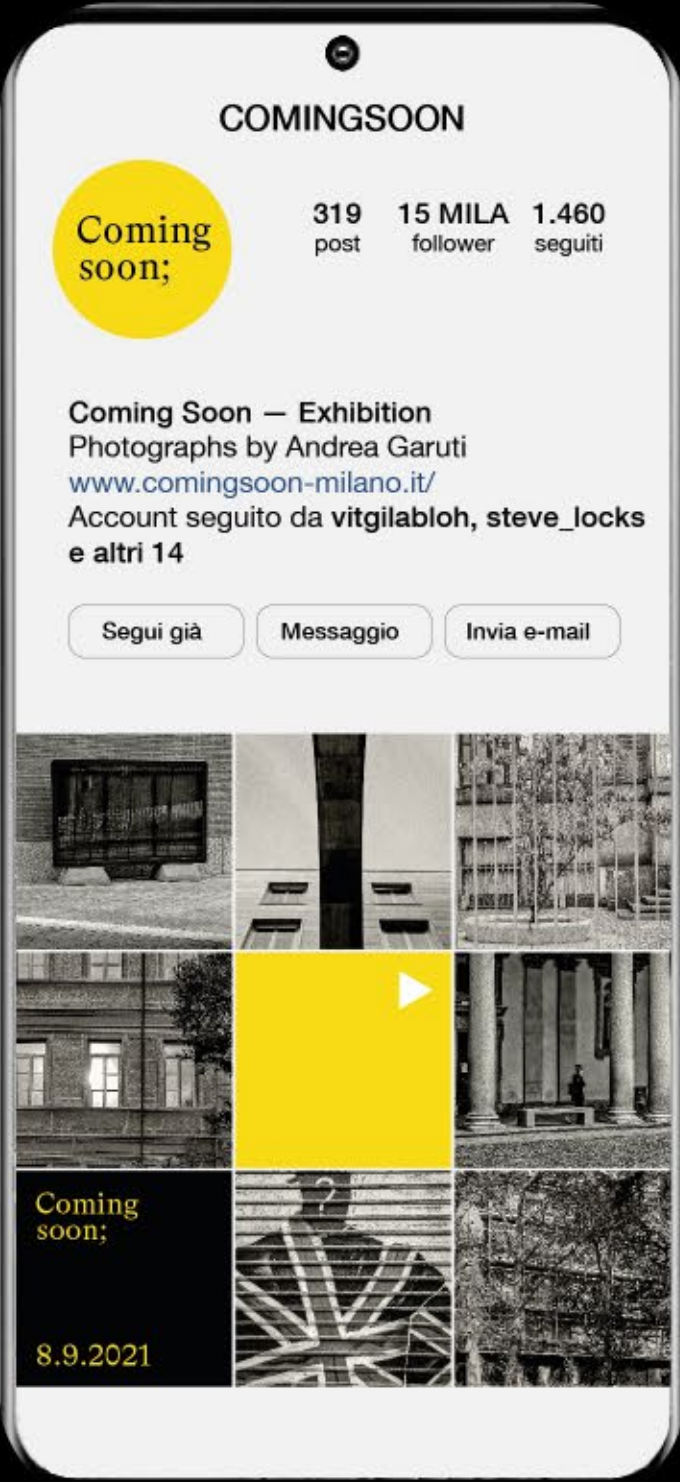
(FS) These are also things you said about your Biennale. How did you get this idea?

(MG) Well, it's a process you know of refining and perfecting my work as a curator. That is, the curator is the one who makes the exhibitions, to put it simply. In my work there are two main strands: one is that of personal exhibitions, that is, an artist's exhibition and which in a certain sense is what we do most in Milan with the Trussardi Foundation, where the distinguishing thing is that for each not only do we choose a different artist but we choose a different place so for each exhibition we work with an artist and with a place and we work to build the exhibition so that the place and the works of art enrich and complicate each other... then there is another vein that we say is that of group exhibitions, which slowly for about ten, fifteen years have increasingly taken shape, at least as far as I'm concerned, as exhibitions, let's say, of visual culture, that is, they are exhibitions of contemporary art in which the main focus is on contemporary art, but in which art serves and is placed in dialogue with other forms of visual culture such as Jung's book at the Biennale, Crumb's comics and many various ways of express yourself through images in the hope that in this great cauldron of images one understands what is the role and position of the image in contemporary society, which is increasingly polluted by images. So for me group exhibitions are like volumes in space into which the viewer enters to understand things about contemporary art but also about culture in general.

(FS) What are the forms of corruption in the art world?

(MG) Unfortunately there is a lot of suspicion towards contemporary art, people think it is a Jewish-Pluto-Freemason conspiracy or that it is some kind of big scam. Corruption can occur if one does an exhibition of one artist instead of another and to do that exhibition he gets the "cue" from the gallery owner. I don't do it and it isn't done and whoever does it is a scoundrel and should be disbarred from a hypothetical register of curators. For example, at the New Museum I have to declare if I buy or receive works of art as a gift from

Coming soon; *photographs* by: Andrea Garuti



4.4.—4.9.2021



Frag
dal 1921

Frag New Branding

Founded in 1921, Frag is an Italian manufacturer of seating and furniture with leather and leather upholstery. His traditional heritage of craftsmanship and knowledge, typical of the best made in Italy, has over time met the creativity of numerous international designers, creating collections that interpret memory with sensitivity and contemporary taste. Choice Studio, in collaboration with the design and brand management firm R+W, oversaw the entire brand image of this historic company: from catalogs, to the website, to invitations to world-class events such as the Salone del Mobile Milan and Shanghai.

Frag
dal 1921

Company Updates 2022

Frag
dal 1921



Company Updates
2022

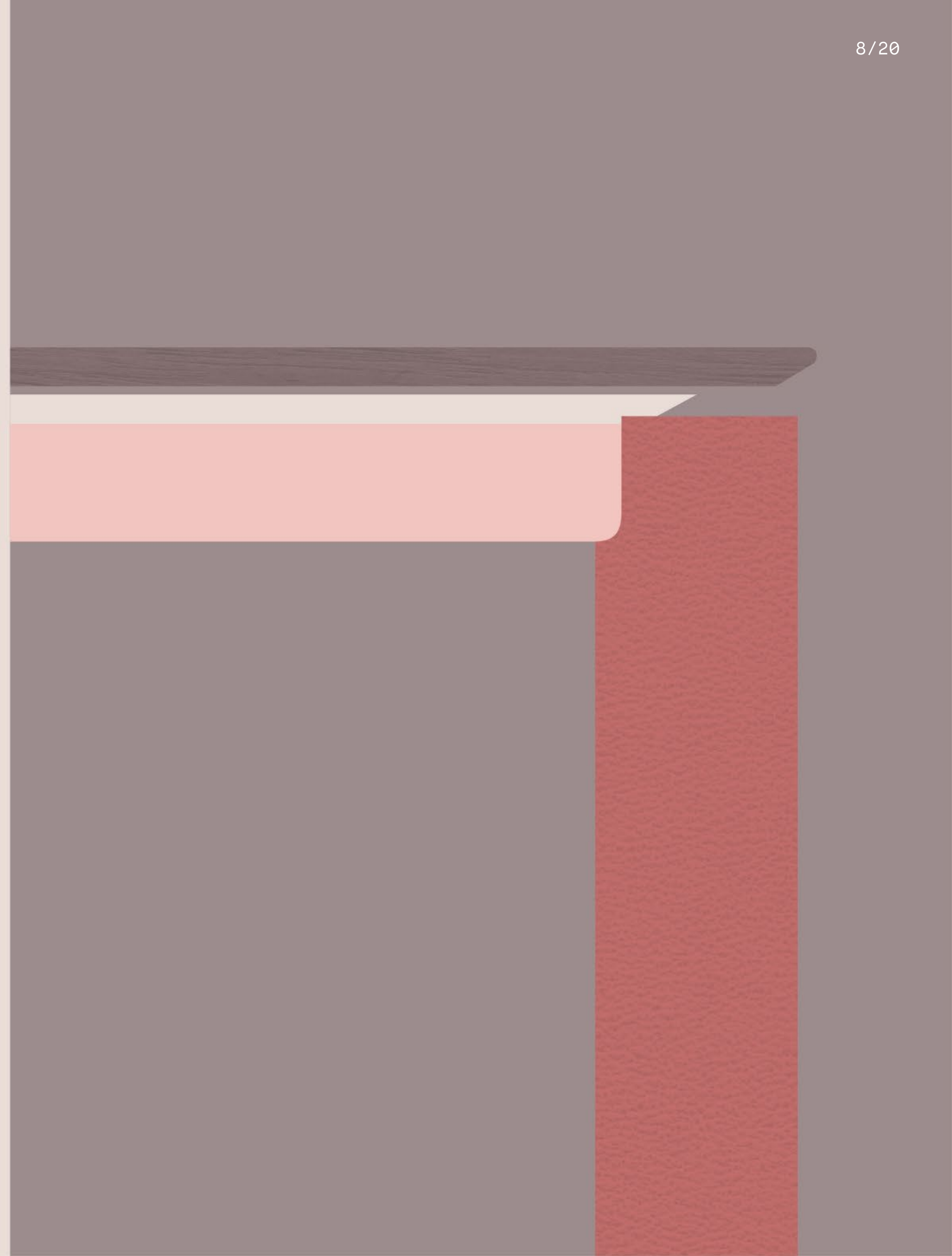
Frag
dal 1921

Company Updates
2023

Frag
dal 1921

Company Updates
2024

Frag
dal 1921



Blyn

(D) Oscar e Gabriele Buratti

① Blyn è una famiglia di sedute, composta da sedia e poltroncina, che esprime una sottile eleganza e si presenta con una linea asciutta ed essenziale. Interamente rivestita in cuoio, gambe incluse, Blyn è caratterizzata da uno schienale convesso imbottito e confortevole, dalle dimensioni generose. Il rivestimento in cuoio viene cucito e calzato a mano sullo scheletro in acciaio quasi come fosse un abito sartoriale. Nella poltroncina, lo schienale sagomato si congiunge ai due braccioli imbottiti per aumentare la sensazione di confort.

② The Blyn collection, comprising a chair and an armchair, has the subtle elegance of clean, simple forms. Upholstered in saddle leather throughout, including the legs, Blyn features a comfortable and generously proportioned padded backrest. The leather upholstery is stitched and fitted by hand on the steel frame in the manner of a tailored suit. The shaped backrest of the armchair unites with two padded armrests for superior comfort.

chair, armchair.

006



007

Company Updates 2022

Blyn (Chair, Armchair)



008



009

Company Updates 2022

Collection Book / 3



Collection Book *n.3*

Frag
dal 1921

Manufacture Heritage

① Il know how quasi centenario e le tecnologie introdotte nella lavorazione dei materiali vengono messe a disposizione di architetti, decoratori, interior designers e developers per offrire un servizio specifico dedicato alle realizzazioni contract. Accanto alla vasta proposta di prodotti a catalogo, il servizio Tailor Made offerto dall'azienda permette infatti sia di realizzare prodotti ad hoc su disegno dei progettisti che di personalizzare con rivestimenti e finiture i prodotti a catalogo

② The company's know-how, dating back almost one hundred years, as well as technologies introduced into the manufacturing process, are made available to architects, decorators, interior designers and developers to provide a special service dedicated to contract projects. In addition to the extensive range of catalogue products, the Tailor-Made service provided by the company, in fact allows to either produce ad-hoc items to meet the designer's specifications or to personalise catalogue products with special upholstery and finishes.



3. Complete *Collection*



Milano Showroom

① Nel cuore di Milano, il primo showroom Frag è uno spazio di quasi 300 metri quadri dove viene messo in scena il lifestyle aziendale in un susseguirsi di spazi espositivi ininterrotti e fluidi. Inserito al piano terra di un palazzo storico, lo store si affaccia sul panorama urbano con otto vetrine, mettendo in dialogo gli spazi interni del negozio e il contesto che lo accoglie. Un dialogo che consente alla luce naturale di penetrare lo spazio e di illuminare gli ambienti espositivi creando suggestivi giochi di luci ed ombre. Uno spazio funzionale ed immersivo, che svela l'identità del brand, in un continuum visuale e dinamico. Le stanze, allestite con i prodotti più iconici della collezione, mettono in mostra la maestria nella lavorazione di cuoio e pelle tipica della produzione Frag. La scelta dei prodotti in esposizione, i materiali e lo studio attento delle ambientazioni offrono al visitatore la possibilità di vivere un'esperienza basata sul concetto di casa.



Arita,

Dainelli Studio

è una collezione composta da sedia e poltroncina, poltrona lounge e divanetto due posti, interamente imbottita e rivestita in pelle o tessuto. Sedia e poltroncina sono come disegnate da un'unica linea che definisce gambe, seduta, schienale e i braccioli arrotondati che, nella sedia, si trasformano nella linea retta che va a chiudere lo schienale. La lounge mantiene le forme e gli stili della collezione, abbassati e ampliati per dare maggiore comfort. Il divanetto, partendo dalle dimensioni e dalle proporzioni della lounge, chiude e completa la famiglia.

is a collection consisting of chair and armchair, lounge chair and two-seater sofa, entirely padded and upholstered in leather or fabric. Chair and armchair seem as designed by a single line that defines legs, seat, backrest and rounded armrests that, in the chair, are transformed into the straight line that closes the backrest. The lounge maintains the shapes and styles of the collection, lowered and extended for greater comfort. The sofa, following the dimensions and proportions of the lounge, completes the family.

side table.

032

033

→ B&B CT H FG 442.02
→ B&B CT H FG 442.02

Wilton

→ B&B CT H FG 442.02
→ B&B CT H FG 442.02

→ B&B CT H FG 442.02
→ B&B CT H FG 442.02

048

049

Collection Book /3



050

Wilton

→ B&B CT H FG 442.02
→ B&B CT H FG 442.02

051

Collection Book /3



332

4. Technical

Sheet

Cap 03:

*Collection
Updates*

Frag *the complete*
COLLECTION

24.12.2022 +1°C



Frag
dal 1921

(Warm) Season's Greetings.

24.12.2022 +1°C



Frag
dal 1921

(Warm) Season's Greetings.

24.12.2022 +1°C



Frag
dal 1921

(Warm) Season's Greetings.

Frag
dal 1921

Collection Book / 3

Frag
dal 1921



Cala di Volpe Book

The Cala di Volpe Hotel is the quintessence of the Costa Smeralda itself, an icon of hospitality and elegance that has made this corner of Sardinia famous all over the world. Created in 1962 by Prince Karim Aga Khan, it has always been the natural theater of memorable experiences. Choice Studio teamed up with italian photographer Andrea Garuti to develop a 300 pages book presented in an unique box set includnig gift cards and a 7 inch record of a bespoke soundtrack.



AYAT

ORIGINAL
SOUNDTRACK



ADI



ONE DAY AT CALA DI VOLPE



ONE DAY AT



CALA DI
VOLPE

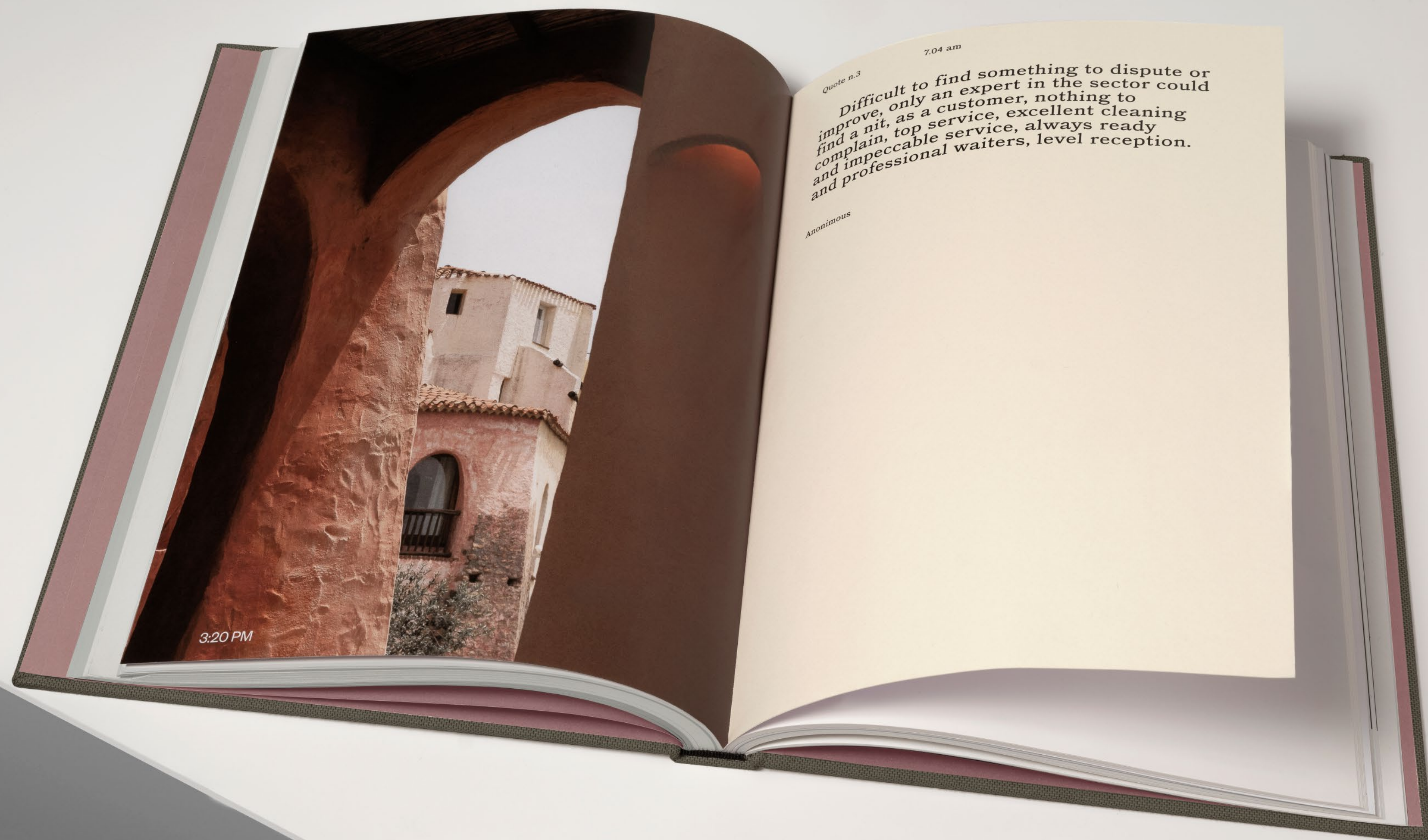


ONE DAY AT



CALA DI
VOLPE





CHAPTER 03

IN THE AFTERNOON

3:15 AM



6:08 PM

IN THE AFTERNOON

Quote n.22

4.44 pm

Hospitality means primarily the creation of free space where the stranger can enter and become a friend instead of an enemy. Hospitality is not to change people, but to offer them space where change can take place. It is not to bring men and women over to our side, but to offer freedom not disturbed by dividing lines.

Mrs. Beckham

4:20 PM

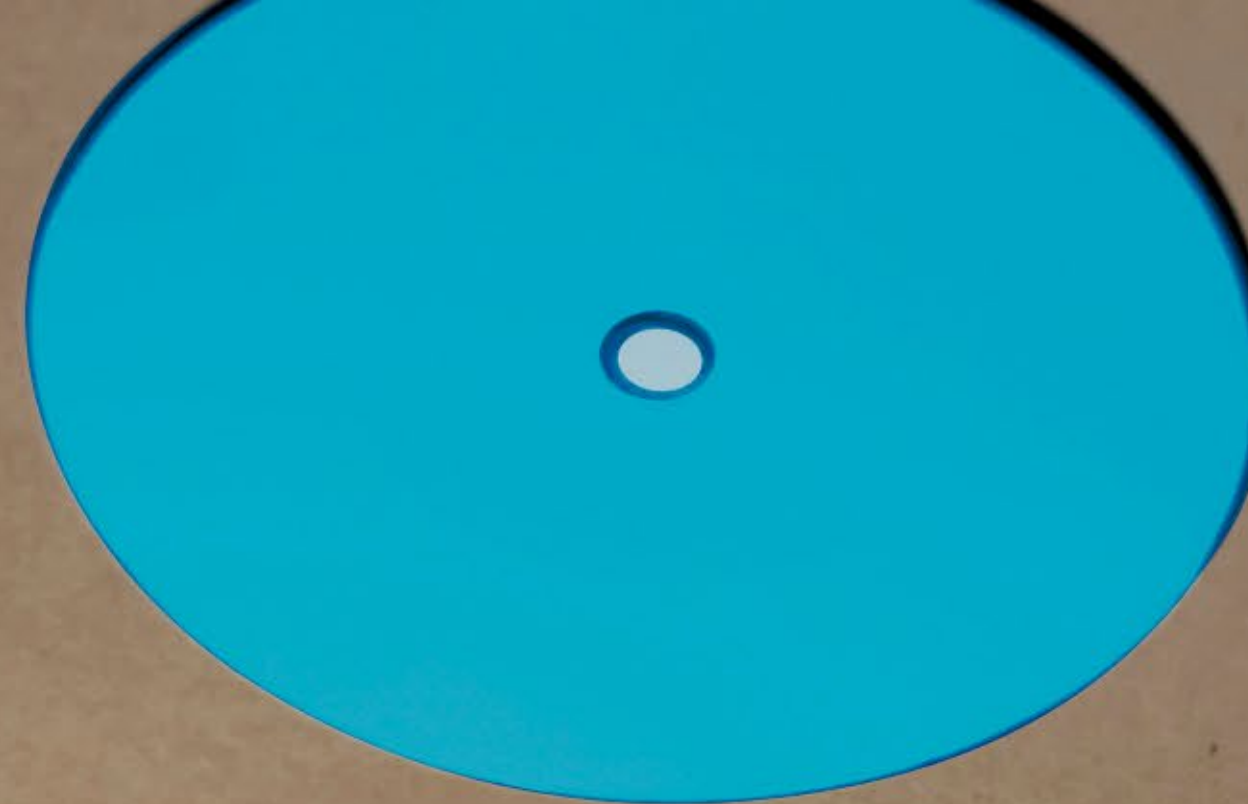
Quote n.8

11.24 am

At Cala di Volpe they not change people, but to offer them space where change can take place. It is not to bring men and women over to our side, but to offer freedom not disturbed by dividing lines. elit.

Mrs. Evangelista





ONE NIGHT AT
CALA DI VOLPE

ORIGINAL
SOUNDTRACK





INTERNI

Italian Design Factories

Interni came out with the second volume of the Italian Design Factories that collects and describes the leading companies in Italian design: product factories, emotions and culture, workshops in which ideas take shape, contributing to enriching the world in which we live. The volume is intended for the main design showrooms in Milan, London, New York, Miami, as well as being attached to the December 2021 issue of Interni. The first part of the book is introduced by the images of Gianluca Vassallo, visual artist who transforms the activities of corporate communication into moments of empathic relationship and investigation of meanings.



ITALIAN DESIGN FACTORIES '21







FACTORIES PORTRAITS

by Gianluca Vassallo

TRADITION + INNOVATION

Meeting in the Piazza

↳
DOMITILLA
DARDI

Domitilla Dardi, design historian and curator. Since 2010 she has been design curator at MAXXI-Architettura in Rome. She is a professor for Bachelor's degrees and Master's degrees at IED in Rome. She has been a visiting professor in various institutes, including the Universidad de Navarra in Pamplona, the Accademia Abadir in Catania, and the MADE Program in Syracuse. She is co-founder and curator of the fair for design d'auteur EDIT Napoli. She writes for many trade magazines, and is a member of the scientific committee and collaborator at INTERNI. She has also written numerous articles and essays, her most recent being "Manuale di Storia del Design," co-authored with Vanni Pasca.

Sometimes to understand the things around us we need to raise our eyes and expand our vision. From a broader perspective it is possible to better frame the whole than the individual details of a close-up perception. Hence, to understand what our culture of memory consists of, the heritage of Italian design in particular, it may be useful to look not so much at the products as at the landscapes in which they were born. The history of production by Italian factories is one of a kind: there is no other country in the world in which we find the same flourishing, typological diversity, and technical skills as in Italian design. And proof of this lies in the fact that notwithstanding the epic difficulties, there is still no international designer who does not dream of producing something in our country at least once in his or her lifetime. Many have wondered where these unique features come from. I believe that one of the reasons for the heritage of Italian design, if not the main reason, lies in the piazza: that particular and in some ways sole urban form that characterizes our towns and cities. The piazza is a place where exchanges occur, but it is also a place that people experience, share, and where things come together. There's a bit of everything in the Italian piazza: the sacred (the Duomo, the Cathedral), as well as the secular (the market, shops); the serious (the City Administration, the Courthouse), and, at the same time, the enjoyment (the café, shop, theater, and movie house). Most importantly, there are people in the piazza who meet and exchange thoughts and points of view, who look at and watch each other, who show off and tell their stories.

Much of the history of the Italian industrial districts is based on the micro-stories born out of the cross-pollinations that occurred while talking about one's own experiences in the piazza.

Because in our country, what's more important to the workers – whether blue-collar or artisans – than the confidentiality of business secrets, is the desire to find a solution for the problem of how something is made. And the harder this is, the greater will be the effort to solve it thanks to the spontaneous involvement of the skills. Hence, the transfer of components, materials, of practical solutions were born in the piazza, which from one world move on to another, closer to the territory than to the product type itself.

In 1997 Eric Steven Raymond spoke of the contrast between two organizational models of knowledge: the cathedral model, based on a vertical system in which only the vertices have complete authority regarding knowledge, and the bazaar model, based on complete sharing and the utmost openness and transparency, as occurs, for instance, on the Web with Wikipedia.

DD

The piazza is the union of two models and much more than that. It should come as no surprise that during the Renaissance the piazza was chosen as the site of the urban and mental form (Francesco di Giorgio Martini, Luciano Laurana, Piero della Francesca), and in Giorgio de Chirico's *Metaphysics* it is the symbol of a oneiric life and of its powerful combination with what is perceived to be real. Without overlooking the fact that in the history of our landscape, the piazza is also the anthropized space that is distinguished from the natural one of the countryside surrounding it. Here again, an excellent metaphor for the relationship between the fact from man and the creation from nature. Italian companies mostly continue to produce in small towns, and they are often directly immersed in the landscape, in the "industrial" districts, the ones closest to the countryside, in the transition that goes from the agricultural nature to the first outskirts of the town or city. The link with the territory in places of production is very strong. Often, entire generations of these geographical centers feature a continuity with many corporate realities over time. This is why we cannot help but think about a non-stop dialogue between past and present, artifice and nature, technology and craftsmanship. And in the piazza, everyone knows that anything is possible, even miracles.

INTRODUCTION BY THE EDITOR

GILDA
BOJARDI

GB

Con *"Italian Design Factories 2021"* la serie Oro di Interni giunge al quinto capitolo del racconto del design italiano iniziato nel 2014 con il volume celebrativo per i primi 60 anni della rivista. A questa pubblicazione speciale ha fatto seguito, nel 2016, *"Design Icons"*, un volume dedicato a 500 prodotti icona del design italiano dal 1954 al 2016; nel 2017 è stata la volta di *"Icon makers"*, rivolto ai protagonisti del 'dietro le quinte' del progetto, ovvero gli imprenditori, i fotografi, i grafici e i comunicatori che hanno un ruolo chiave nell'affermazione del made in Italy nel mondo; il 2018 è stato l'anno di *"Icon Architects"* focalizzato sugli architetti italiani e internazionali che, oltre ad avere realizzato prestigiosi edifici e interiors, hanno firmato alcuni dei prodotti più rappresentativi del design italiano.

"Italian Design Factories" è un volume che, in un certo senso, riassume e ricomponde in una visione globale i temi precedentemente trattati. E nelle fabbriche, infatti, che si incontrano e interagiscono le competenze di tutti gli attori del sistema design. Ed è nelle fabbriche, intese come luogo di produzione sia tecnica che culturale, che avviene quella magia per cui un'idea prende forma e si trasforma in un oggetto capace di emozionare. Il nostro focus si concentra su tutte quelle realtà in cui si rinnova la grande tradizione artigianale italiana, capace oggi di integrarsi con i processi industriali più evoluti e di cogliere le possibilità offerte dalle tecnologie digitali. Protagonisti sono i luoghi del saper fare che, grazie alle intuizioni e all'opera di imprenditori geniali, capaci e coraggiosi, si sono nel tempo trasformati da piccole botteghe artigiane in solide imprese industriali e in veri e propri laboratori di ricerca e innovazione. L'obiettivo di questo volume è tracciare una mappatura delle fabbriche del design italiano, scattare una fotografia delle tante e diverse realtà che compongono un settore sempre più determinante per il successo dell'industria manifatturiera nazionale nel mondo. Sono 57 le aziende presentate in questo primo appuntamento di *"Italian Design Factories"*: ognuna di esse si racconta attraverso le proprie specificità distintive legate a storia, architettura, know how tecnologico, contenuti artigianali e di ricerca. Il volume arriverà alla sua versione definitiva nel 2020, con la presentazione di 100 eccellenze del progetto: *"100 Italian Design Factories"*, ovvero il meglio della produzione nostrana nell'ambito dell'arredo, ma anche dei complementi, dei rivestimenti e dei materiali per lo spazio domestico. Una pubblicazione che ha l'ambizione di essere il Who is Who del made in Italy, nonché un prezioso strumento di informazione per gli operatori italiani ed esteri che vogliono essere documentati sulla migliore industria manifatturiera nel mondo. Proprio per questo prevede una nutrita serie di presentazioni internazionali, programmate nel corso dell'anno (New York, Londra, Dubai, Shanghai, Miami), con cui racconteremo il saper fare italiano e la sua capacità di rinnovarsi costantemente.

Gilda Bojardi

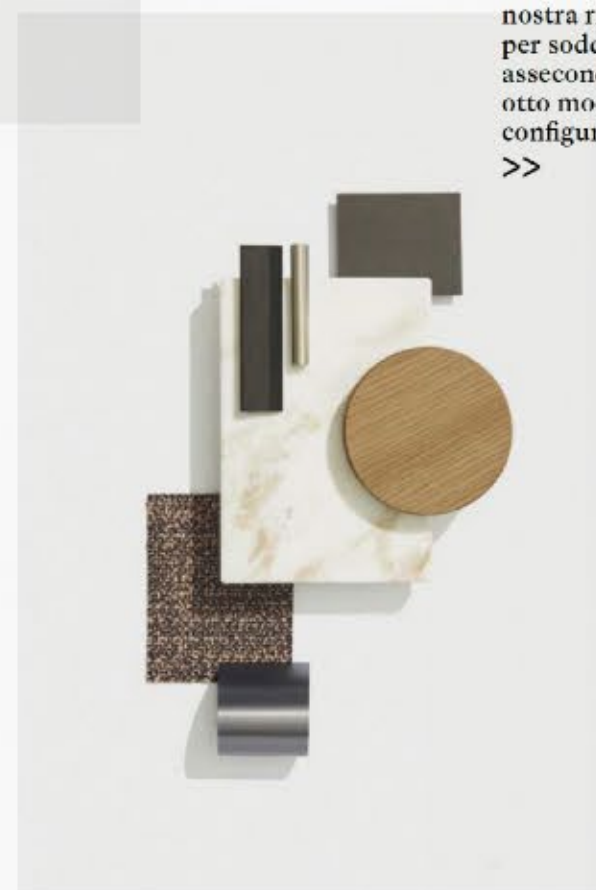


ITALIAN
FACTORIES

DESIGN

TIMELINE
1949 — 1970

POLIFORM CUCINE 1950 <Y>



Con una lunga storia produttiva nel settore cucina, Poliform ha saputo interpretare le tendenze e gli stili di vita dei mercati internazionali. Oggi punta su versatilità compositiva e su materiali innovativi ed ecologici. Perché la sostenibilità è alla base del suo modello di business.

Cucine per case straordinarie, dall'appartamento metropolitano alla villa dai grandi spazi. Poliform produce cucine dal 1996, acquisendo il knowhow di un marchio storico, presente dagli Anni 50. L'azienda brianzola ha assistito e assecondato il cambiamento negli stili e nelle configurazioni dell'ambiente cucina proponendo, oggi, grazie all'integrazione con la linea di mobili per la casa, un progetto coordinato e completo, capace di interpretare l'arredamento come un'esperienza totale. "La cucina", spiega Giovanni Anzani, co-fondatore di Poliform con Alberto e Aldo Spinelli, "è sempre più una zona dove vivere, non solo per cucinare. Per questo, diventano più spaziose e in continuità con il living, assumendone le finiture". Nell'interpretazione attenta e contemporanea dell'ambiente cucina, i dettagli sono studiati con la massima cura. E all'insegna della versatilità: ciascun progetto viene realizzato "just in time", grazie a una rete locale e selezionata di artigiani e fornitori. "La nostra ricerca vuole dare la più ampia scelta possibile, per soddisfare tutte le esigenze di gusto e di budget. E assecondare la diversità dei mercati mondiali. Abbiamo otto modelli di cucine concepiti come un sistema aperto, configurabile secondo bisogni specifici."

>>

INVERIGO <CO>



ITALIAN DESIGN
FACTORIES

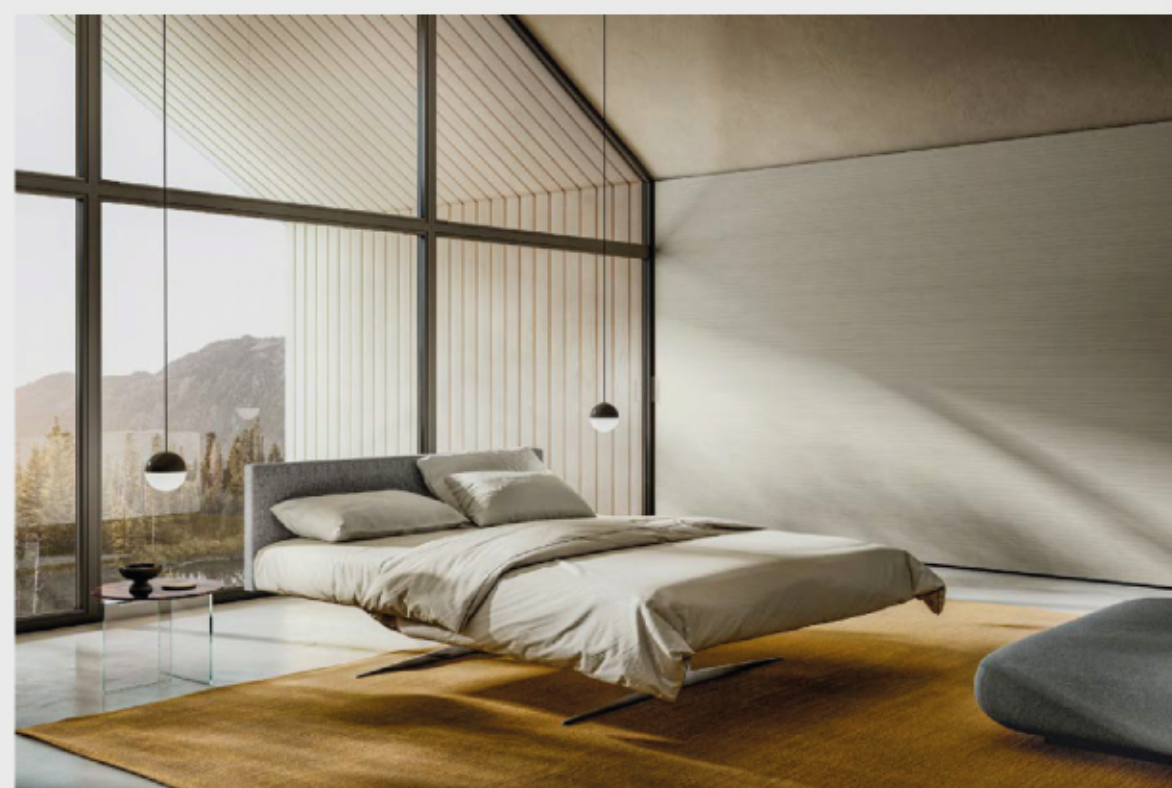
TIMELINE
1295 — 1948

INDEX 1295 — 1948

- <062> BAROVIER & TOSO, 1295
- <066> PIGNA, 1839
- <070> SAMBONET, 1856
- <072> LUALDI, 1859
- <078> MARGRAF, 1906
- <080> POLTRONA FRAU, 1912
- <084> ALPI, 1919
- <088> INDUSTRIE
TOSCANINI, 1920
- <090> ALESSI, 1921
- <092> PORRO, 1925
- <096> DADA, 1926
- <100> CASSINA, 1927
- <102> TABU, 1927
- <106> BOFFI, 1934
- <110> MOLTENI, 1934
- <112> MARAZZI, 1935
- <116> MAPEI, 1937
- <120> BRIANZATENDE, 1944
- <124> MINOTTI, 1948

LAGO 1976 <Y>

L'azienda padovana debutta nel real estate dopo aver sperimentato modelli alternativi di distribuzione e nuove formule per il contract. L'obiettivo è progettare case firmate Lago, dove applicare il proprio modello generatore di esperienze che fa leva sul design e su una community coinvolta in prima persona



VILLA <PD> DEL CONTE

114 — 115

Marchio all'insegna del design thinking, della sostenibilità e della centralità dell'essere umano, Lago continua a rinnovare il proprio business, non solo nel modello imprenditoriale ma anche negli spazi del lavoro. Così, in quindici anni aumenta la sua fabbrica a Villa del Conte, in provincia di Padova, da 25 a 50 mila metri quadrati, costruendo il nuovo Campus per riorganizzare dalla logistica allo spazio produttivo, dallo showroom agli uffici, agli spazi per gli impiegati, come la nuova mensa gestita da uno chef locale, il nuovo giardino e lo spazio ricettivo per i visitatori e la formazione. Il progetto, caratterizzato dalle grandi vetrate schermate da colorati listelli frangisole, è affidato a zaettastudio. Dall'esperienza dell'Appartamento Lago nel 2009, il primo esperimento di "design vivente" applicato a spazi realmente vissuti e aperti al pubblico, e poi con il Lago Design Network nel 2015, la rete di luoghi pubblici e privati accomunati dal design Lago, l'azienda non si è più contraddistinta come un semplice brand d'arredo. Oggi entra nel settore del real estate con l'acquisizione di un prestigioso palazzo ottocentesco a Treviso per occuparsi a tutto tondo dalla fornitura degli arredi alla personalizzazione e vendita degli spazi abitativi. "Visto il successo delle attività con cui abbiamo creato partnership e del format marketing Lago Design Network, dove abbiamo contribuito ad aumentare il boost commerciale e reputazionale degli immobili", commenta Daniele Lago, Ceo & Head of Design del brand, "abbiamo deciso di dare una spinta ulteriore e di entrare in prima persona nel mercato immobiliare. Lo faremo con investimenti mirati, in equity o con altre formule che valuteremo in base alle situazioni. La differenza rispetto al Lago Design Network è che non si tratta più solamente di un'operazione di co-marketing, ma di entrare nel capitale assumendoci il rischio di impresa. Il nostro obiettivo è sperimentare una nuova modalità di vendita dell'arredamento integrata all'involucro architettonico con la prospettiva, quindi, di vendere immobili già arredati". Palazzo TreVisi vedrà tre ampie unità dai 150 ai 220 metri quadrati e di un affascinante attico da cui ammirare il centro cittadino. La scelta di debuttare a Treviso non è casuale: si tratta di una città sospesa tra terra e mare, in una posizione eccezionale per raggiungere le principali località balneari e montane e si colloca nelle prime posizioni, fra le città italiane, della classifica sulla qualità della vita e la sicurezza, stilata annualmente dal Sole 24 Ore. "La disciplina del design", continua Daniele Lago, "ci ha aiutato a vedere le cose in maniera diversa. Per questo motivo negli anni abbiamo dato vita, oltre a prodotti, anche esperienze in grado di stimolare e attrarre un sempre maggior numero di persone nella nostra community. Palazzo TreVisi è il primo prodotto di una nuova offerta, dove andremo ad applicare il nostro modello generatore di esperienze per dare vita a case firmate Lago. Per ora il nostro focus è l'ambito residenziale da rendita o vendita. E abbiamo tanti progetti in pipeline, sia in Italia sia all'estero, primo tra tutti uno a New York".

FLEXFORM 1959 <Y>



Flexform è un'azienda familiare nata nel 1959 in quel fertile distretto produttivo che è stata la Brianza del secondo dopoguerra. Un territorio dove la storia di tanti piccoli laboratori artigianali si intreccia con quella dei maestri del design italiano.

È una realtà industriale italiana che poggia su una radicata expertise nella produzione di divani e arredamento di alto valore artigianale, con una vocazione innata alla cultura del progetto, un passato e un presente di collaborazioni eccellenti con i migliori designer e creativi. L'azienda si è avvalsa infatti, fin dagli anni '60, della collaborazione dei migliori progettisti del design, tra cui Mario Asnago | Claudio Vender, Gigi Radice, Sergio Asti, Rodolfo Bonetto, Joe Colombo, Cini Boeri, Paolo Nava, William Lansing Plumb, Guido Rossati, Giulio Manzoni, Carlo Colombo e Daniel Libeskind. Fra tutti però, da quasi cinquant'anni, è Antonio Citterio il designer che più ha contribuito e contribuisce a sceneggiarne la storia e a tradurre in oggetti i valori aziendali coordinando tutte le collezioni. Con un approccio progettuale che parte dallo studio dello spazio che circonda gli oggetti e ancor prima dall'architettura in cui sono inseriti gli spazi. "Parlare del mio rapporto con Flexform è parlare di un gruppo di amici che hanno condiviso visioni, esperienze. E anche parlare di una gran parte della mia vita, visto che ci vediamo da più di quarant'anni", racconta Antonio Citterio. Dal 2020 Flexform ha intrapreso una nuova collaborazione con il designer francese Christophe Pillet che da subito si è trovato in sintonia con la visione aziendale "Quello che conta è la qualità che un prodotto emana, io nel mio design non cerco lo straordinario, cerco di rivelare cosa può esserci di buono e di emozionante nell'ordinario". Flexform offre un'ampia collezione di arredamenti per la casa, con un focus centrato sulla produzione dei divani, il core business dell'azienda. Il fil rouge che li lega è il lusso, inteso come sobria eleganza che si traduce in forme essenziali e materiali morbidi, mai chiassosi. Il mondo Flexform è fatto di buone maniere e di buon gusto, di gentilezza estetica. "Flexform rappresenta un pezzo di storia nel mondo dell'arredamento di design in Italia e il fascino dei nostri prodotti senza tempo sopravviverà a lungo, incurante delle ondivaghe mode del momento", come racconta Giuliano Galimberti - rappresentante della terza generazione della famiglia Galimberti, Export Sales Director e membro del CDA.

>>

MEDA <MB>



72 — 73

FLEXFORM



"Tratto distintivo dei nostri prodotti è la cura con cui vengono realizzati: circa l'80% del nostro processo produttivo è ancora di matrice artigianale e diventa quindi cruciale per noi mantenere altissimo il livello della qualità e il know how delle maestranze che vengono supportate dalle più recenti tecnologie in campo manifatturiero". Che si parli di tessuti, pelli, legni o metalli, tutte le materie prime sono selezionate secondo i più elevati standard qualitativi e scelte anche con un criterio di vicinanza sostenibile all'azienda. "Per Flexform la durata di un prodotto è il valore cardine della sostenibilità ambientale", sottolinea Giuliano Galimberti. Seguendo la tendenza a progettare spazi outdoor come naturale prolungamento degli spazi indoor, Flexform ha realizzato la collezione Flexform Outdoor che scaturisce da un'idea di progettazione responsabile. Ogni arredo è sviluppato in chiave sostenibile, per massimizzarne la durabilità, prevedendo parti modulari e scomponibili, affinché la maggior parte di esse possa essere riciclata quando il prodotto avrà ultimato il suo ciclo vitale. "Nel corso dell'anno, nonostante la situazione pandemica con cui abbiamo imparato a convivere, abbiamo raggiunto nuove aperture di flagship store in Giappone, Taiwan, Indonesia e Corea del Sud", racconta Giuliano Galimberti. "A nostro modo di vedere c'è voglia di Italia nel mondo, il nostro Paese è ammirato per la sua storia, la sua cultura, il suo patrimonio artistico, il lifestyle. Se l'eccellenza dei prodotti ha a che fare con la qualità manifatturiera, è altrettanto vero che il grande vantaggio competitivo dell'Italia è la bellezza. E la bellezza genera bellezza come nel susseguirsi delle collezioni Flexform".

1.—
La stabilimento
Faschini di Meda.
2.—
Il salotto di sedute Sofit
Dreem disegnato da Antonio
Citterio nel 2015 è un
best-seller dell'azienda e
rappresenta una raffinata
sintesi di eleganza e confort.
3.—
Un dettaglio della poltrona
Crona, progettata da
Antonio Citterio, che
esemplifica da un
design raffinato e proporzioni
ideali.
4.—
Un dettaglio di lavorazione
della schienale in cuoio
intagliato del divano
Cortina, design
Antonio Citterio.
5.—
Dentro la fabbrica, la
macchina per il taglio del
tessuto.
6.—
L'immagine del copertone
sintetico a Meda (MB).
7.—
Copertone poltrona di
Giuliano Galimberti che riflette il
design di un'azienda, design
Antonio Citterio, 2015.
8.—
Poltrona a sgabello Peter
disegnata da Antonio Citterio,
2014.



74 — 75

ROSSANA

1953 <Y>

Ricerca e sperimentazioni materiche per Rossana, il brand che ha fatto la storia nel mondo delle cucine e ancora oggi conferma di essere un marchio all'avanguardia e ambasciatore di stile nel mondo

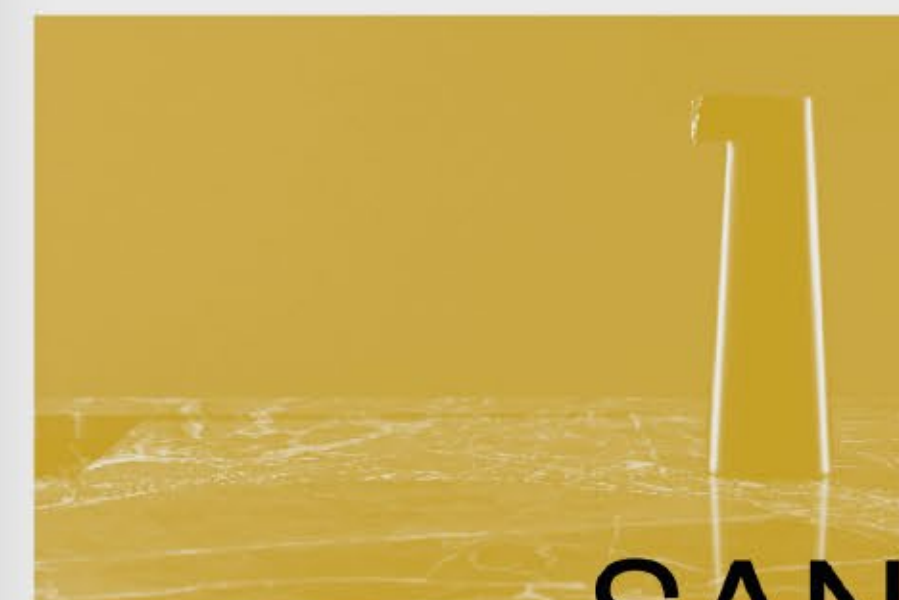
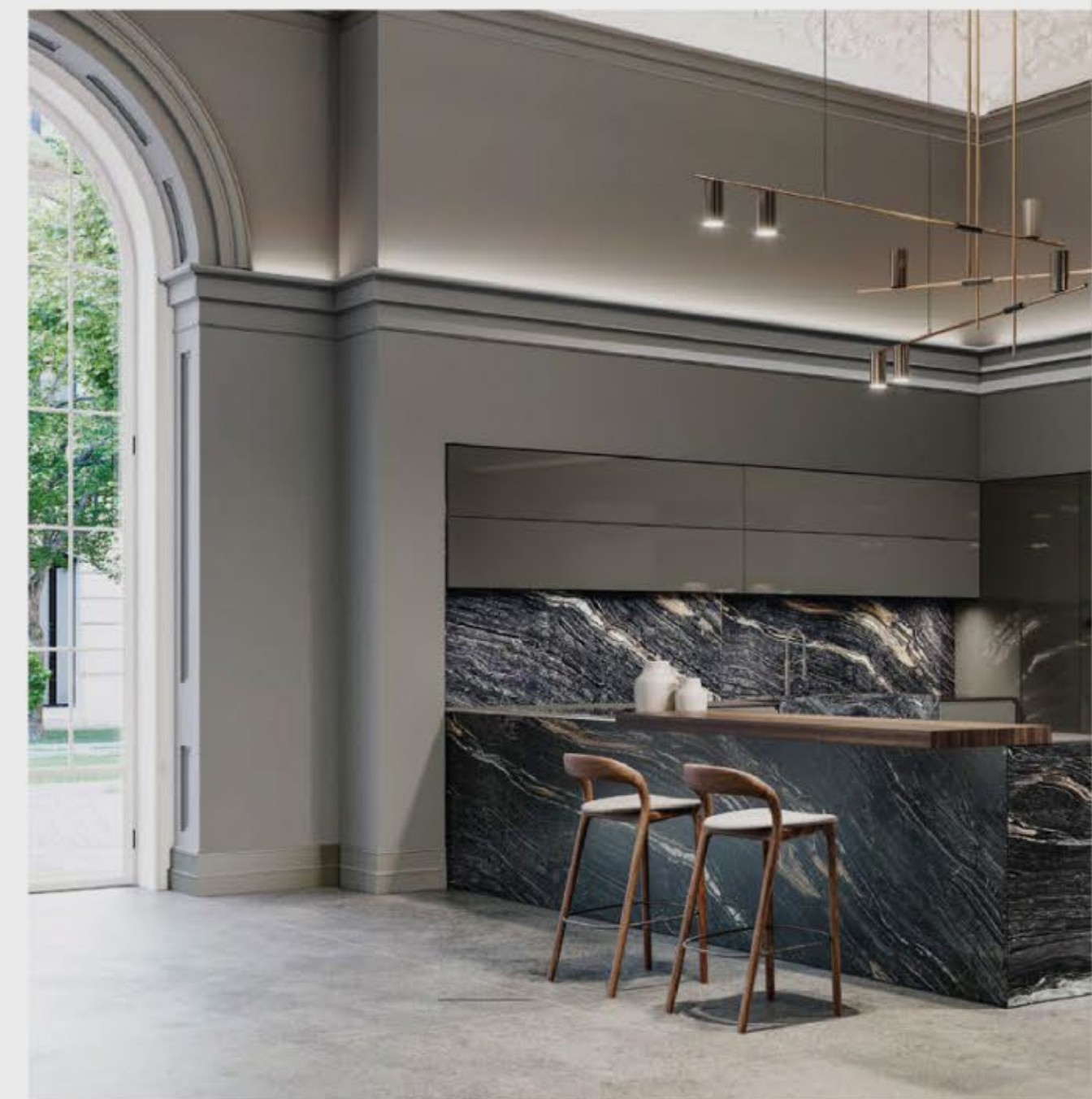


La cucina è un luogo di trasformazione, dove la natura incontra la cultura, i desideri incontrano le abitudini, lo spazio diventa convivialità. Le cucine Rossana interpretano il tempo, anticipano i cambiamenti, mutano la società. Questi gli asset indiscussi di un'azienda di primissimo piano nel mondo delle cucine, fondata nel 1953 ed entrata a far parte nel 2009 di Colombini Group, leader in Italia nel settore dell'arredamento con i marchi Febal Casa, Colombini Casa, Offic'è e Colombini Group Contract.

"Rossana", dichiara Emanuel Colombini, presidente di Colombini Group, "è un brand che si contraddistingue per la ricerca e le sperimentazioni materiche. Nelle sue cucine l'elemento principe è sicuramente l'utilizzo della materia allo stato puro: ispirato a un'idea di terra e di natura, distante dal concetto di cucine industriali tecniche e impersonali riportate nello spazio domestico. Rossana ha sempre curato con grande attenzione, direi quasi sartoriale, tutti i materiali: dai legni, le cui essenze mantengono la bellezza del loro aspetto naturale; alle pietre e ai marmi che si caratterizzano per l'esclusività delle provenienze e lavorazioni che ne esaltano la matericità; fino alle finiture di grande effetto ed eleganza realizzate con i metalli".

Ciò che contraddistingue la storia di Rossana è l'essere un brand precursore di stili, in grado di anticipare le esigenze del mercato internazionale in continua evoluzione, facendosi interprete delle nuove esigenze abitative. "Non possiamo non ricordare", precisa Colombini, "che è stata la prima azienda a creare la cucina a isola: un concept innovativo e dirompente che ha rivoluzionato il concetto di cucina negli Anni '70, modello esposto al MoMA di New York nel 1972. Oggi, ancora una volta, Rossana traccia le linee guida del nuovo modo di abitare e lo fa con Isola, un inedito concetto di cucina progettato da Carlo Colombo. Una cucina open che si caratterizza per la progettazione di una parete autoportante in grado di creare una divisione estetica e operativa tra la zona cooking e l'area living".

>>



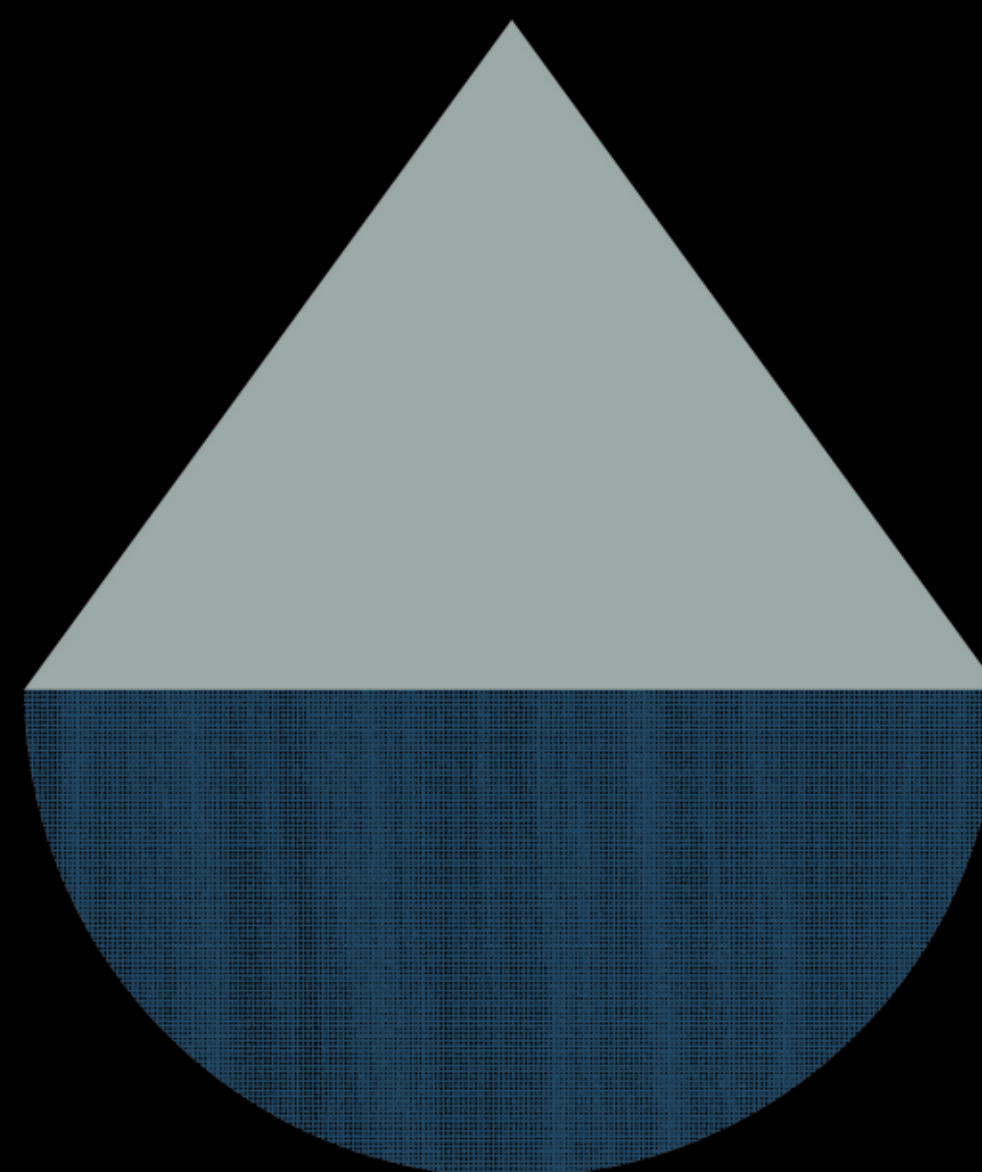
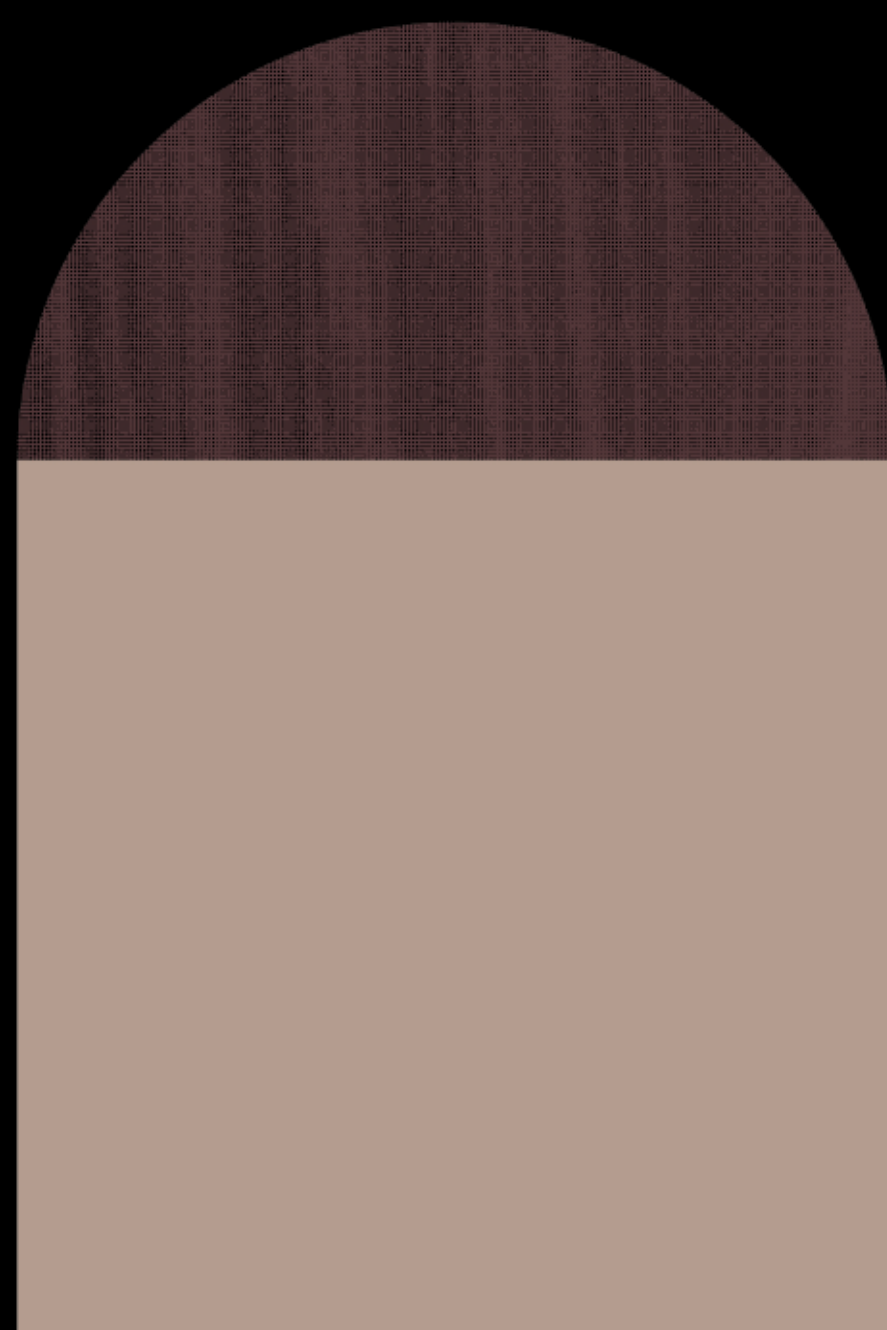
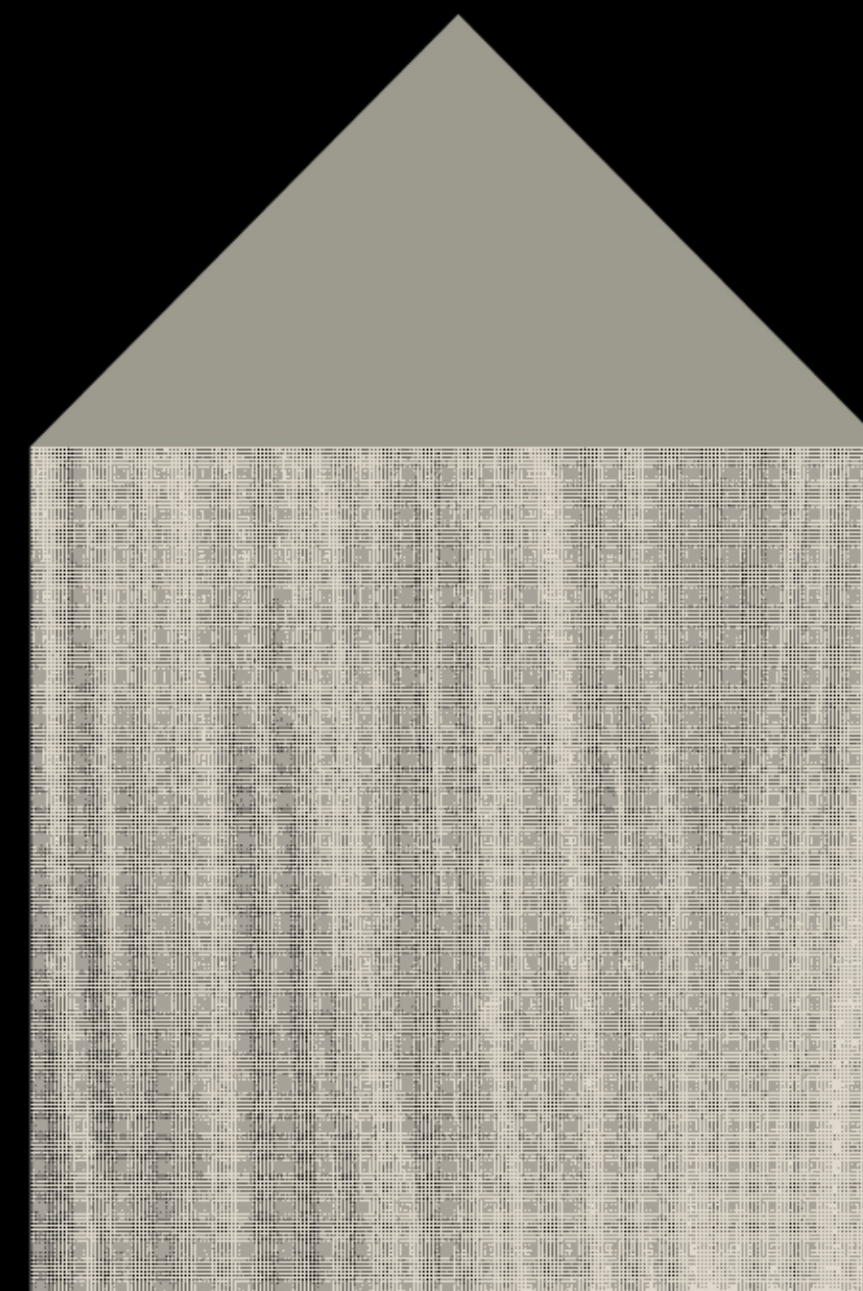
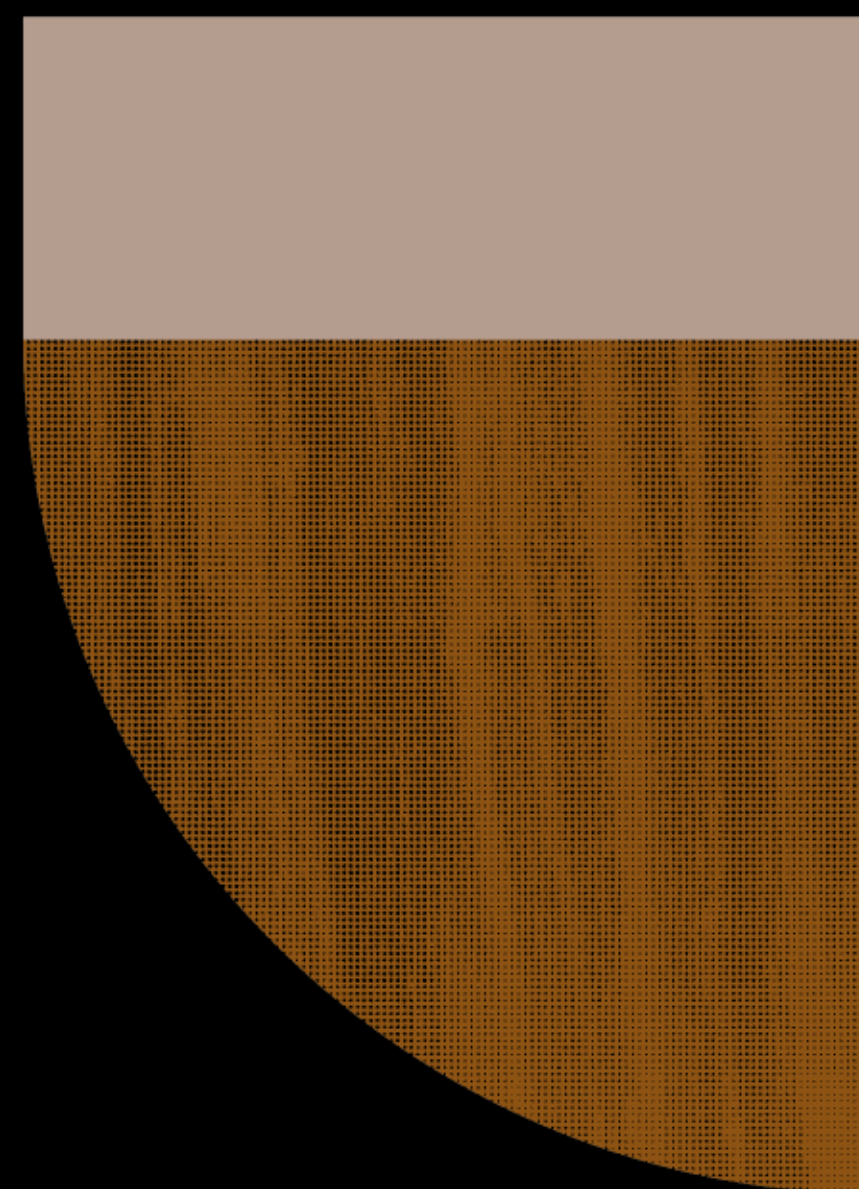
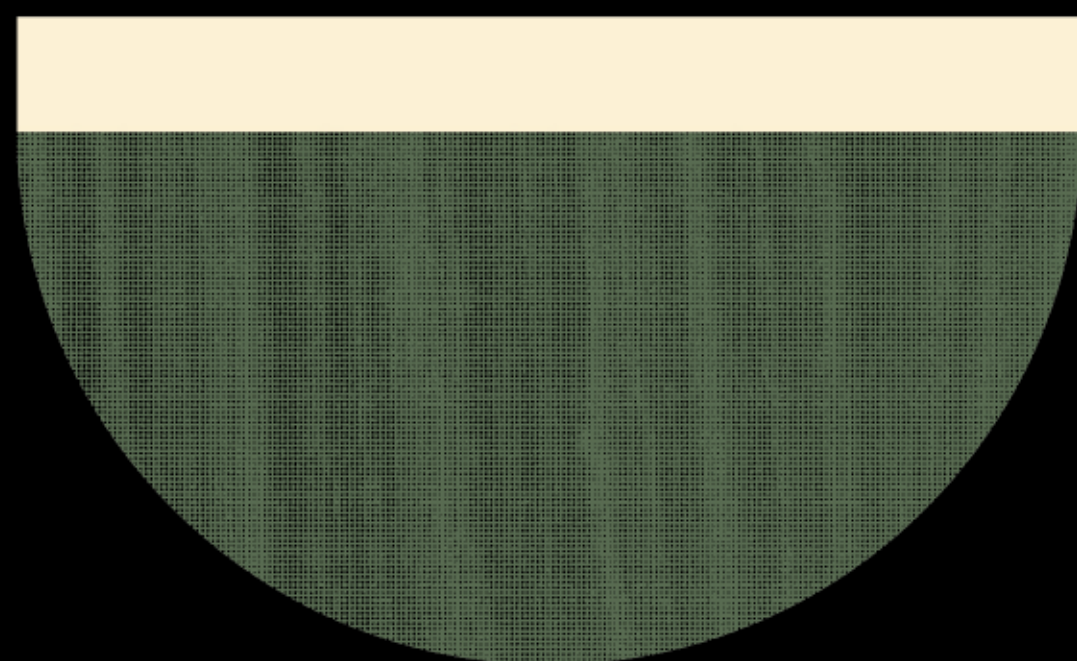
SAN MARINO

VEER—T

Veer_T

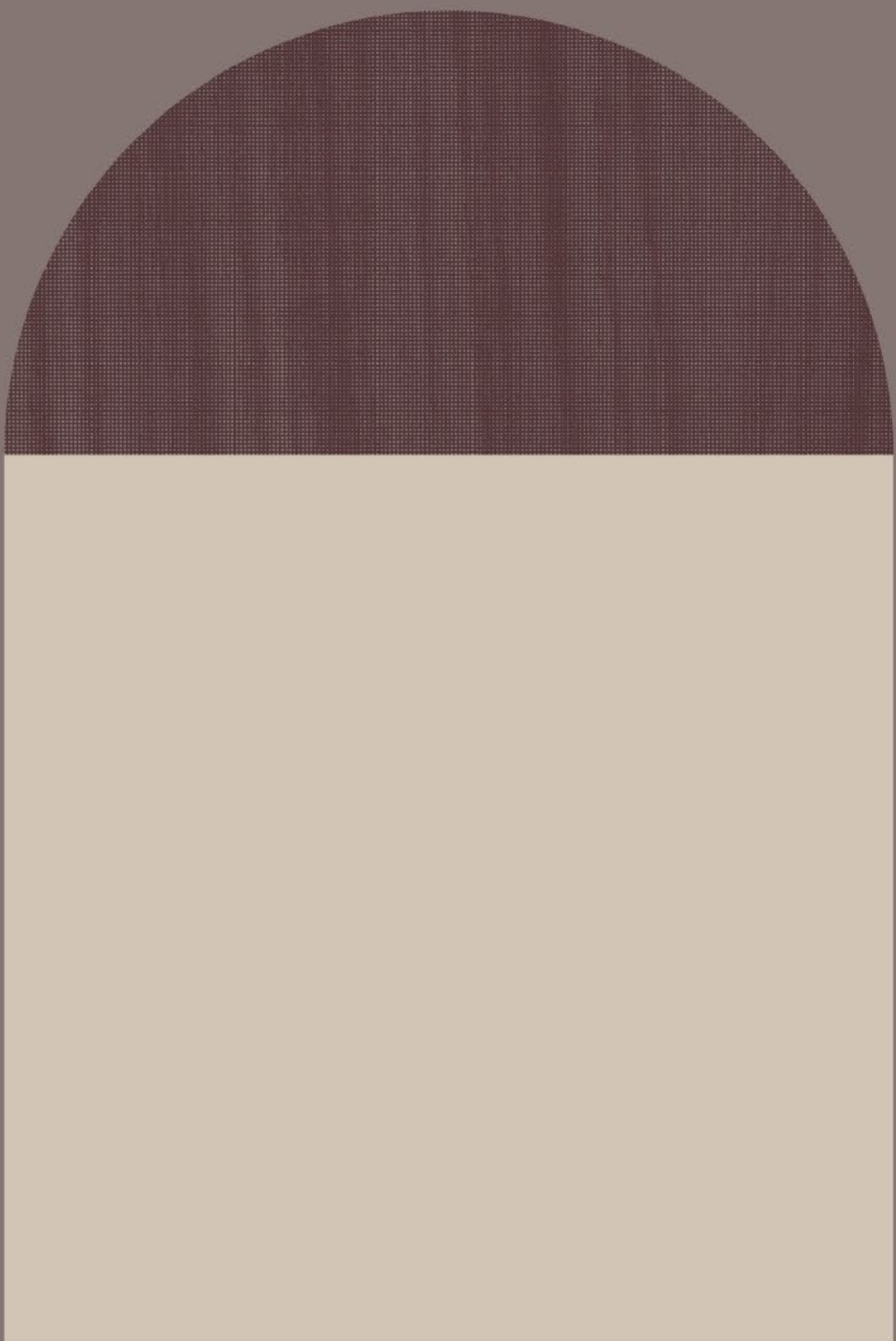
Veer_t is an Italian company founded in 1961 that produces paintings both for outdoor and indoor and it is specialized in the design of interiors. Along with internal brand management we have created the new corporate image to tell the story of the brand, its mission, its production cycle and its services, express its design culture through the choice of extreme architectural images in their rationality, made even more absolute and exciting by combining colors, forms and black and white photo concept.

VEER—T



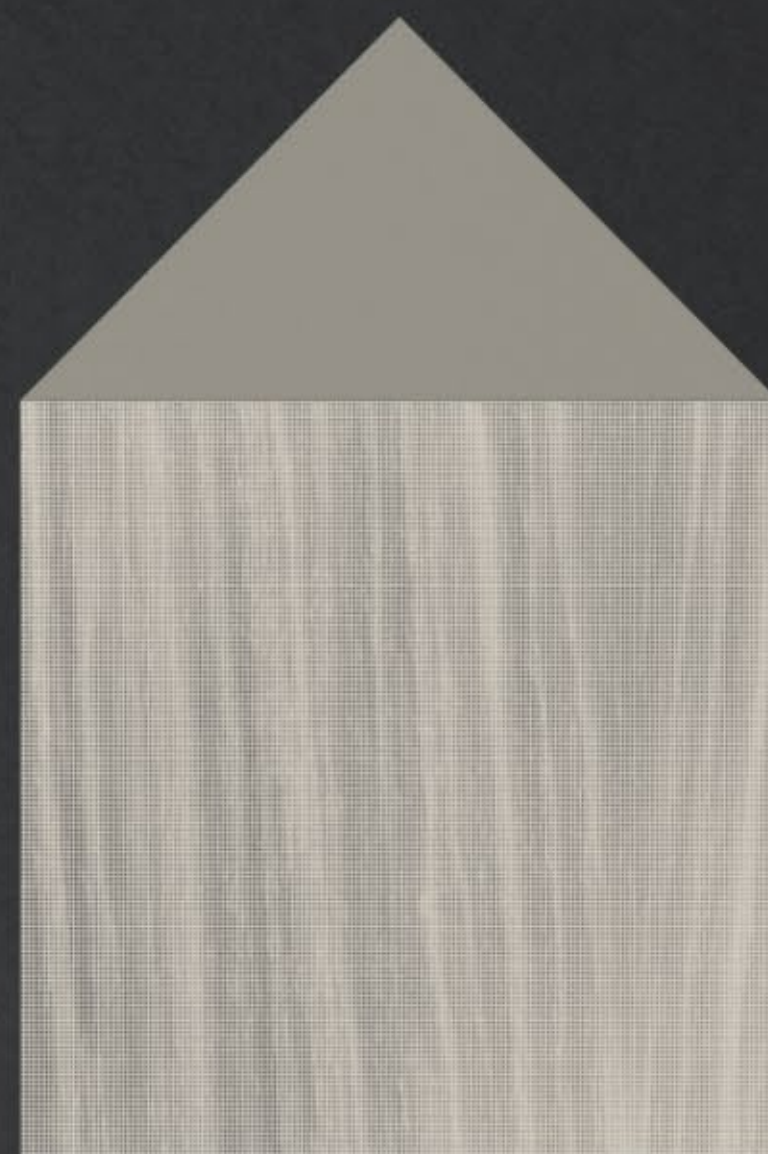
UREICCHE PRECATALIZZATE

VERNICI



VERNICI
PER INTERNO

BASE ACQUA



VEER—T

BASE ACQUA



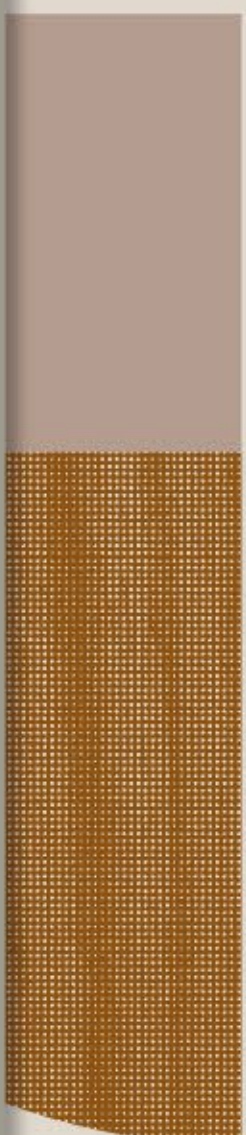
BASE ACQUA



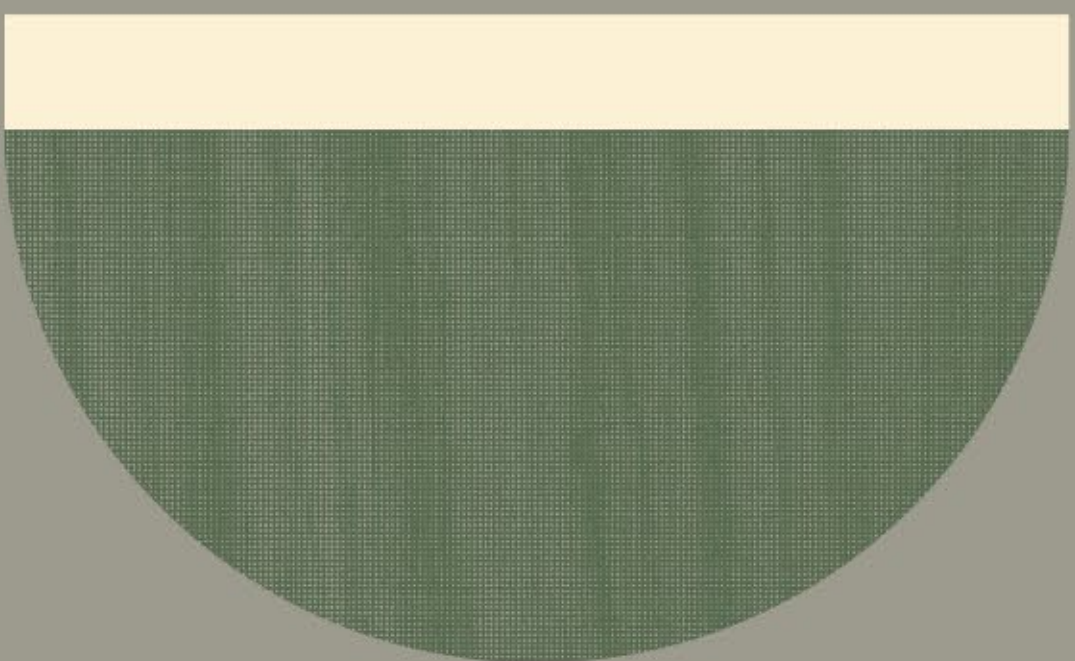
UREICHE
PRECATALIZZATE



POLIURETANICHE



ACRILICHE



VERNICI

VEER—T

(1.1) The History

I prodotti Veer-T sono realizzati nel moderno stabilimento di Parona, nel nord Italia, unico nel settore per dimensioni e architettura progettuale, sviluppato su un'area di oltre quindici Ettari. Progettato e realizzato per garantire standard di produzione fra i più elevati al mondo, sempre assicurando massima sostenibilità ambientale. Ogni fase del processo produttivo è infatti gestita a ciclo chiuso. Le materie prime, sia liquide che solide (polveri), arrivano in autocisterne sigillate. Queste vengono collegate con due tubazioni ai silos dedicati allo stoccaggio: una serve per travasare il prodotto, l'altra viene usata per trasferire l'aria contenuta in questi ultimi alla cisterna. Le cisterne di produzione sono collegate ai silos di stock tramite tubazioni che garantiscono che le materie prime non possano entrare in contatto con l'ambiente. Infine, nella fase di confezionamento, tutta l'aria derivante dal processo di versamento del prodotto negli imballi viene captata e "ripulita" da un sofisticato impianto criogenico, quindi rilasciata nell'ambiente priva di sostanze inquinanti.

Veer-T products were born in 1946, in Brianza, a region north of Milan known throughout the world as a district of excellence in the furniture sector, as early as the end of the 1700s. Between 1945 and 1960 Brianza led the great development of the furniture industry at European level: the small craftsmen were transformed into modern industries while maintaining the deep attention to quality and details that have contributed to its international success. Technical skills are combined with those of design: working with famous architects and designers, they create furnishings, complements and objects that have marked the history of industrial design.



Wood Finishings

(3.2) Technical info / Coatings

→ Polyurethane coatings
They are the perfect solution to give the surfaces excellent resistance to liquids and abrasions, as well as an excellent aesthetic appearance.

→ Acrylic coatings Ideal for those looking for maximum resistance to yellowing of the painted support, and to protect the wood without changing the natural effect of the surface.

→ Polyester coatings
They are the ideal choice for obtaining extremely glossy surfaces with exceptional surface hardness. The fillers have excellent filling power and heat resistance. Due to their high dry residue, they have extremely low VOC emissions. Ilva offers a complete range of polyester paints, including direct polished polyester solutions.

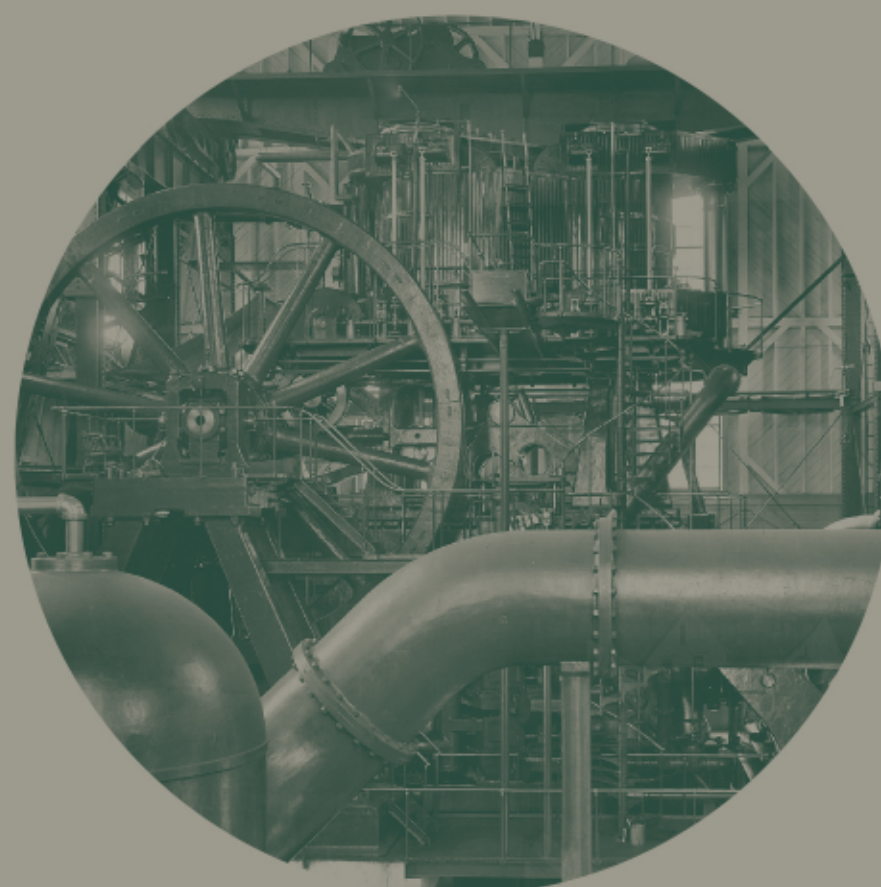
→ Water-based coatings for interiors They are suitable for those who want to limit emissions of volatile organic compounds (VOC) into the atmosphere while maintaining extreme ease of use.

→ Uv drying coatings
The ideal solution to guarantee high chemical-physical resistance. Their application with specific industrial plants allows maximum production efficiency.

→ Pre-catalyzed urea coatings
Characterized by a ease of application, they ensure a high surface hardness.

→ Water-based and solvent-based coatings for exteriors Outdoor paints are ideal for windows and doors, structures, furniture and wooden floors. They protect them from atmospheric agents and mould, fungi and bacteria, creating a protective barrier capable of keeping the wood unchanged over time. Thanks to their extreme elasticity, they guarantee maximum adhesion to the substrate.

→ Nitrocellulose Coatings
They are ideal for creating furniture in style and poor art: the finish is full, soft and waxy.



Wood Finishes

Vernici Acriliche

024 — 025

(4.1) Soluzioni per la verniciatura

I prodotti Veer-T nascono in Italia nel 1946 da una delle più grandi aziende di vernici per legno. Specifici per la verniciatura di sedie ed elementi torniti sono studiati per garantire una perfetta finitura del supporto e la massima semplicità e rapidità delle operazioni di verniciatura. Pensati per utilizzo artigianale, assicurano ottimi risultati anche in cicli a produttività elevata. Sono disponibili in una gamma completa, all'acqua e a solvente, per soddisfare qualsiasi esigenza applicativa, estetica e di resistenza.

Veer-T products were born in Italy in 1946 from one of the largest wood coating companies. Specific for the painting of chairs and turned elements, they are designed to guarantee a perfect finish of the support and the maximum simplicity and speed of the painting operations. Designed for artisanal use, they ensure excellent results even in highly productive cycles. They are available in a complete range, water-based and solvent-based, to satisfy any application, aesthetic and resistance requirement.

082 — 083



Vernici Acriliche

VERNICI
PER ESTERNO

BASE ACQUA



VEER—T



054 — 055



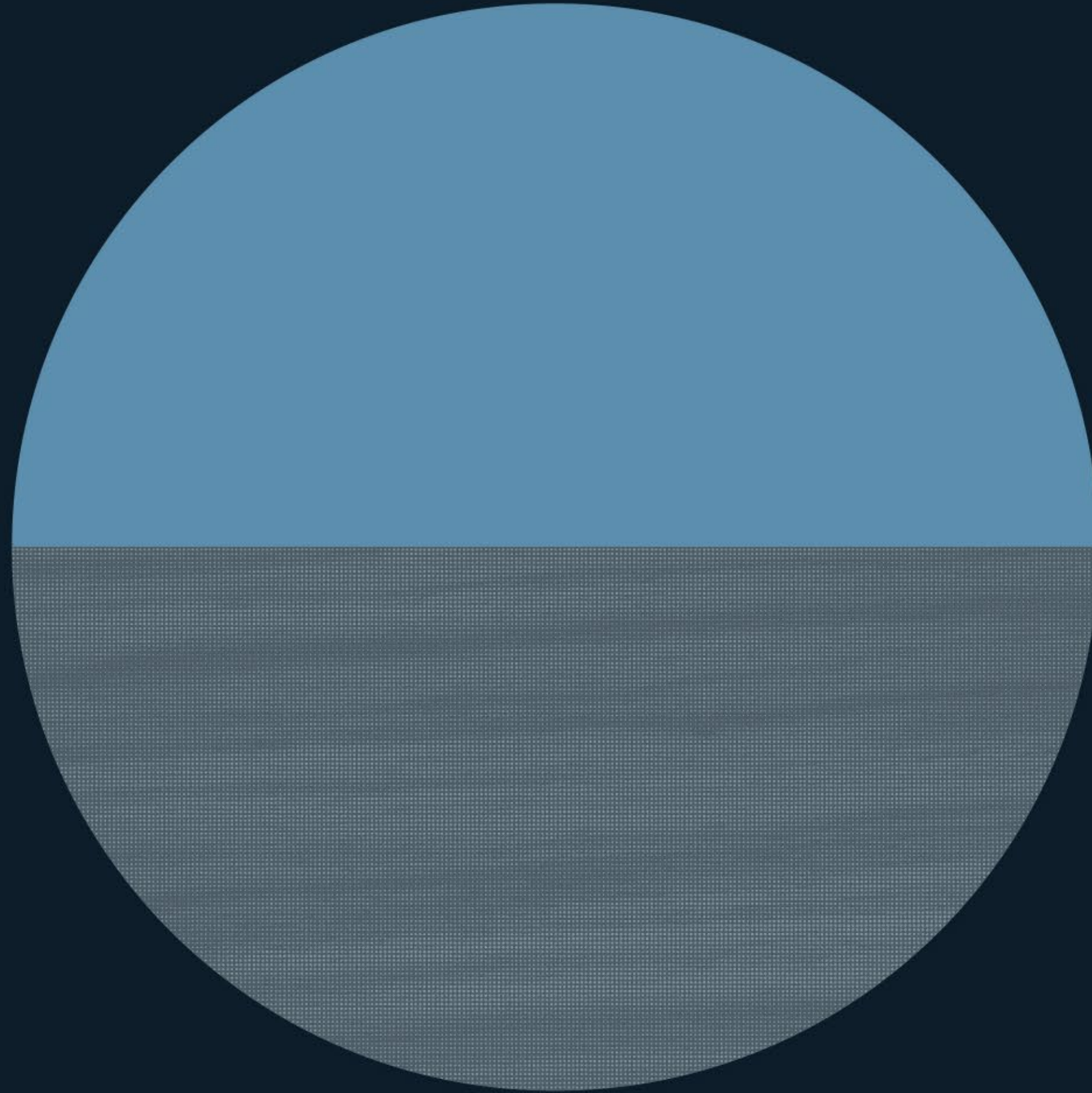
Wood Finishings

Ureiche Precatalizzate

*Sono disponibili in una
gamma completa, all'acqua
e a solvente.*

*They are available in a
complete range, water-based
and solvent-based.*

SAMPLE
BOX





Consorzio Costa Smeralda

Costa Smeralda is a coastal area and tourist destination in northern Sardinia, with white sand beaches, golf clubs, private jet and exclusive hotels. Today Smeralda Holding, an Italian company controlled by the Qatar Investment Authority sovereign wealth fund and owner of real estate assets and land on the sea. The new image is sparingly applied to several items, like book, bags, website and collaterals. A similarly simple bespoke typeface, inspired by the stone carved welcome written, adds to the casual, laid-back air of the identity.

DESTINATION COSTA SMERALDA



DESTINATION COSTA SMERALDA

DESTINATION COSTA SMERALDA

DESTINATION
COSTA SMERALDA



DESTINATION
COSTA SMERALDA



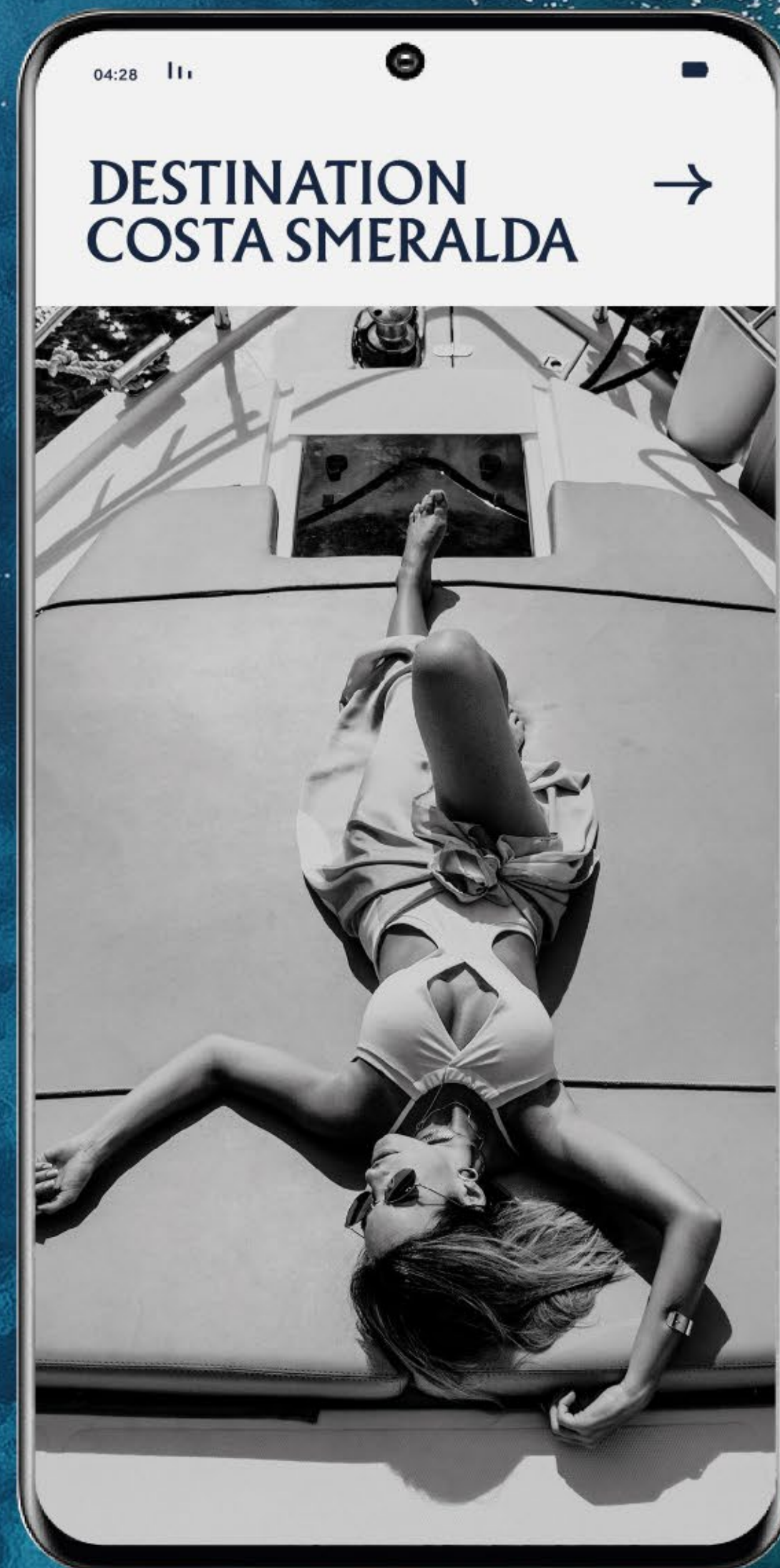
LOCAL AREA
HOTELS
VILLAS
SUITES W/POOL
SUITES
DINING
SPA
SPORT
TOY CLUBS
EVENTS

DESTINATION COSTA SMERALDA



← VILLAS

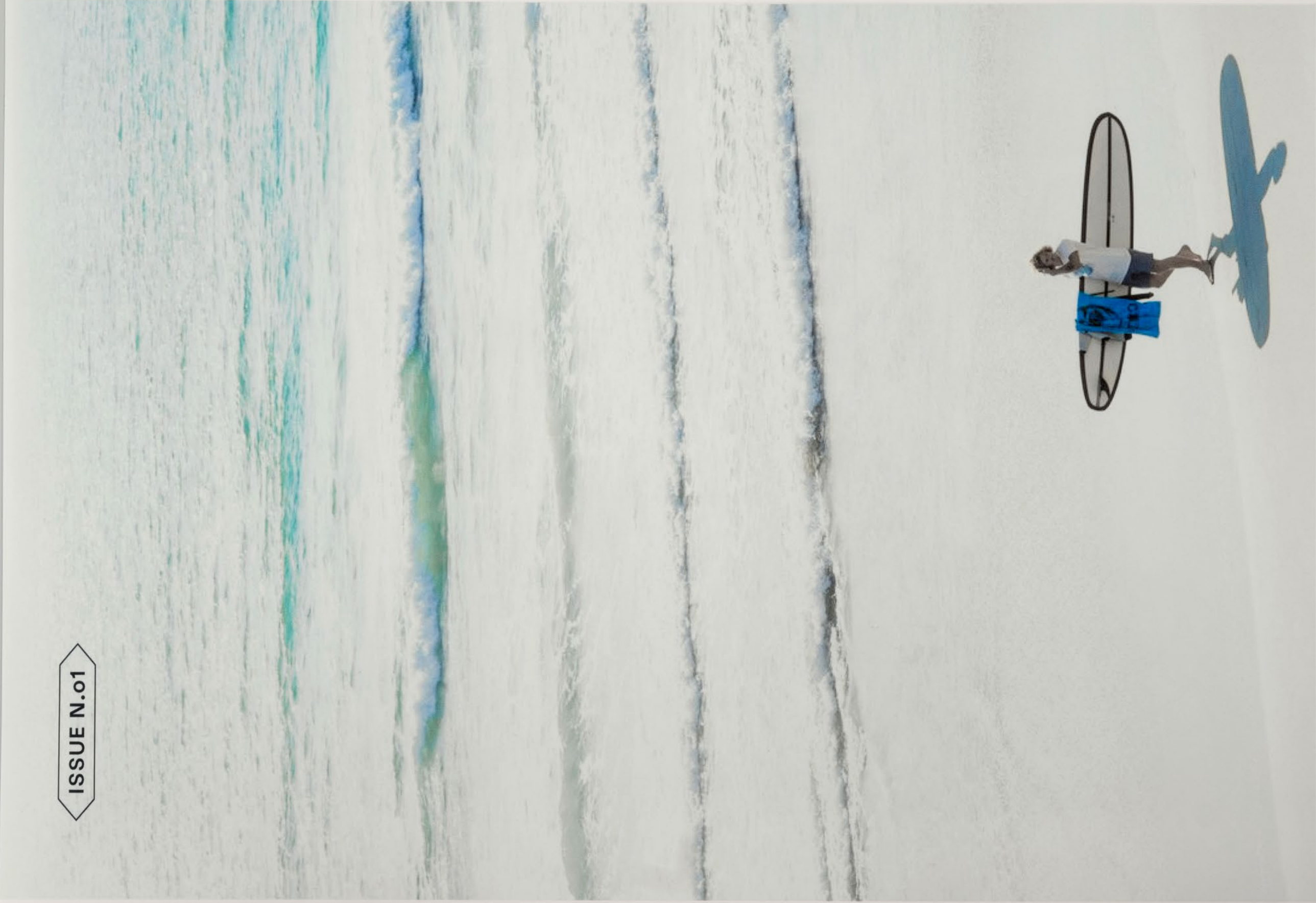
ACQUAMARINA
AMBRA
ANTHAS
○ BITHIA
CORBEZZOLO
GIADA
JANAS
PINO
SHARDANA
SMERALDA
TURCHESE
ZAFFIRO



COSMHO

COSTA SMERALDA MAG

ISSUE N.01



COSMHO

THE
POWER OF
FRESH WATER

ISSUE N.2



COSMHO

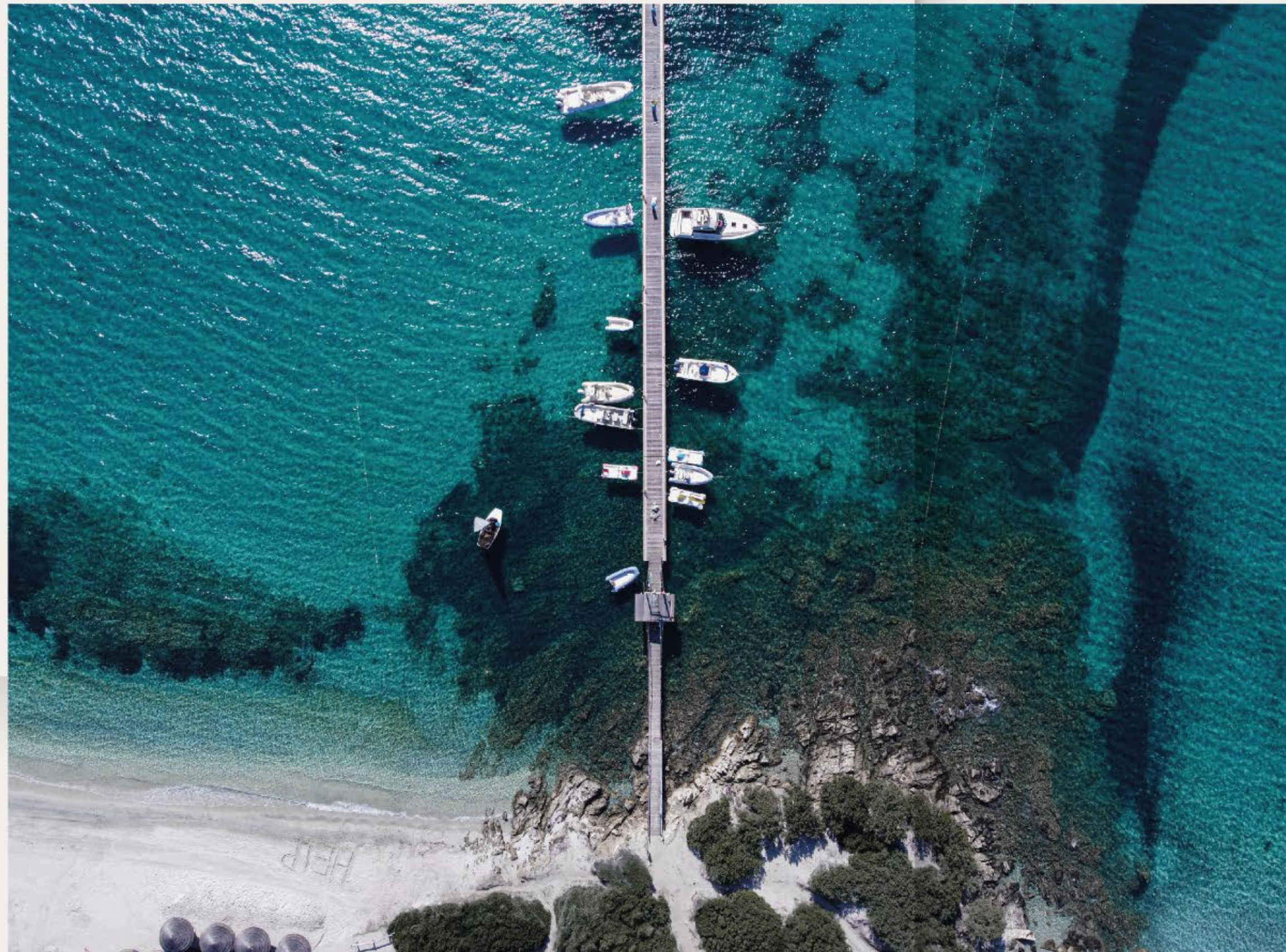
A VACANCY
OF UNIQUE
STYLE

ISSUE N.3



COSMHO

A MAGIC
COAST
AND ITS HIDDEN
TREASURES



A MAGIC COAST AND ITS HIDDEN TREASURES

Asked to think of a word that goes with architecture and Barcelona, the first thing to come to most people's minds would be Modernism. However, there's more to the city's architecture than Art Nouveau. For those looking to travel back in time, the best place to go is the Gothic Quarter. There visitors can still find traces of the wall that protected the population of this ancient Roman city, once known as Barcino, until the end of the Middle Ages. Highlights include the 13th century cathedral in the Pla de la Seu, with its cloister of four Gothic galleries surrounded by a magnificent garden with its own geese, and the Plaça del Rei, which is home to the Saló del Tinell, a hall whose large stone pillars are said to have formed the backdrop to Isabella and Ferdinand's reception of Christopher Columbus on his return from America.

Si tuvieras que completar la serie de palabras Arquitectura y Barcelona. Primero que se te vendrá a la cabeza será Modernista. Este estilo de finales del xix y principios del xx, de carácter orgánico e inspirado en las formas naturales, es lo más conocido de la ciudad Condal y su arquitecto estrella, Antoni Gaudí. Pero ¿sabes qué? En la arquitectura local hay vida fuera del Art Nouveau. Si se quiere viajar al pasado lo mejor es irse al Barrio Gótico. Epicentro de esa antigua ciudad romana conocida como Barcino, aún pueden encontrarse restos de la muralla que protegía a la población hasta finales de la Edad Media. Entre lo más destacado de esta arquitectura de la ciudad está la catedral del siglo xiii, en la plaza de la Seu, con su claustro de cuatro galerías góticas rodeando un esplendoroso jardín donde pueden encontrarse ocas. Y la del Rei, que alberga el Saló del Tinell, una sala de columnas macizas donde dicen que Isabel y Fernando recibieron a Cristóbal.





Porto Cervo through the eyes of its inhabitants.

“Here on the Costa Smeralda I admire the millennial olive trees in Luras, given Natural Monument Status, and then, for the first time, a nuraghe. I was struck by how imposing these great structures are, and by this lost civilization which left behind such impressive testimonies.”



Costa Smeralda Lifestyle



Who has never dreamed about being one of those intrepid explorers who travelled the world during the times of our grandparents? That same spirit of adventure can be breathed at the Hotel Cala di Volpe after its refurbishment.



COSTA
SMERALDA
2GO —→

COSTA
SMERALDA
2GO —→







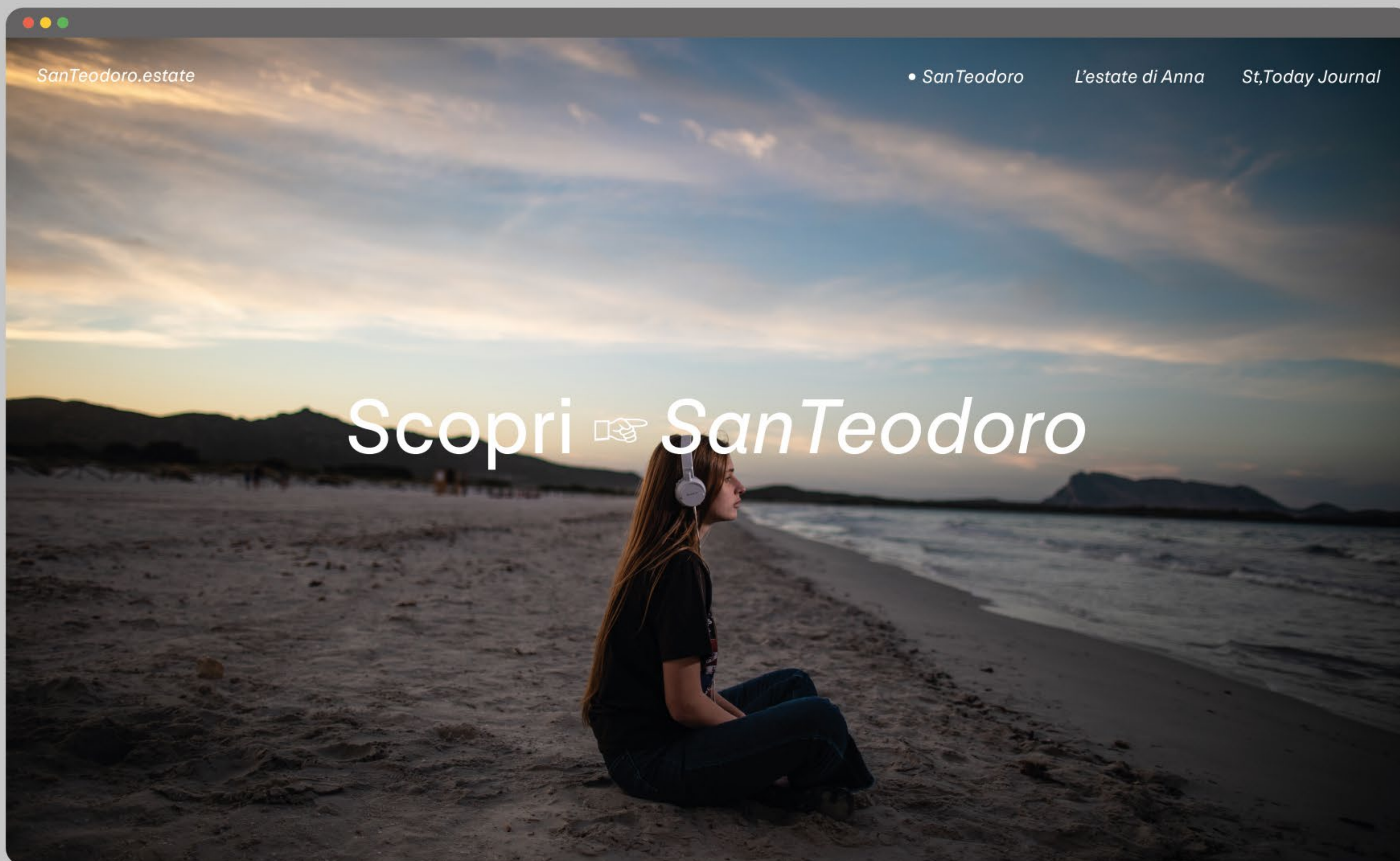
SanTeodoro.estate



San Teodoro Estate

A pearl in the Mediterranean. The town of San Teodoro enjoys great prestige among the main tourist resorts of Sardinia because it knows how to offer suggestive natural environments but also first-rate tourist services and accommodation facilities. Choice Studio with White Box Studio, a San Teodoro practice working in the field of photos and movies, joined forces to create the new image for the tourism bureau. The renewed visual identity starts from logotype, to the artistic direction. The new imagery through which the dizzying landscapes photos, the website and a digital image complete the whole project.

SanTeodoro.estate



SanTeodoro.estate ← SanTeodoro

Naturalistica

Cosa Fare

Ospitalità

Info Covid

San Teodoro. Il paese di San Teodoro gode di grande prestigio fra le principali località turistiche della Sardegna perché sa offrire ambienti naturali suggestivi ma anche servizi turistici e strutture ricettive di prim'ordine. Facile da raggiungere, San Teodoro è la meta ideale per una vacanza al mare all'insegna del divertimento e del relax grazie alle sue bellissime spiagge e alla sua natura ancora selvaggia.




ST'today

SanTeodoro.estate ← ST'today

01.06.2021

Local Hereos

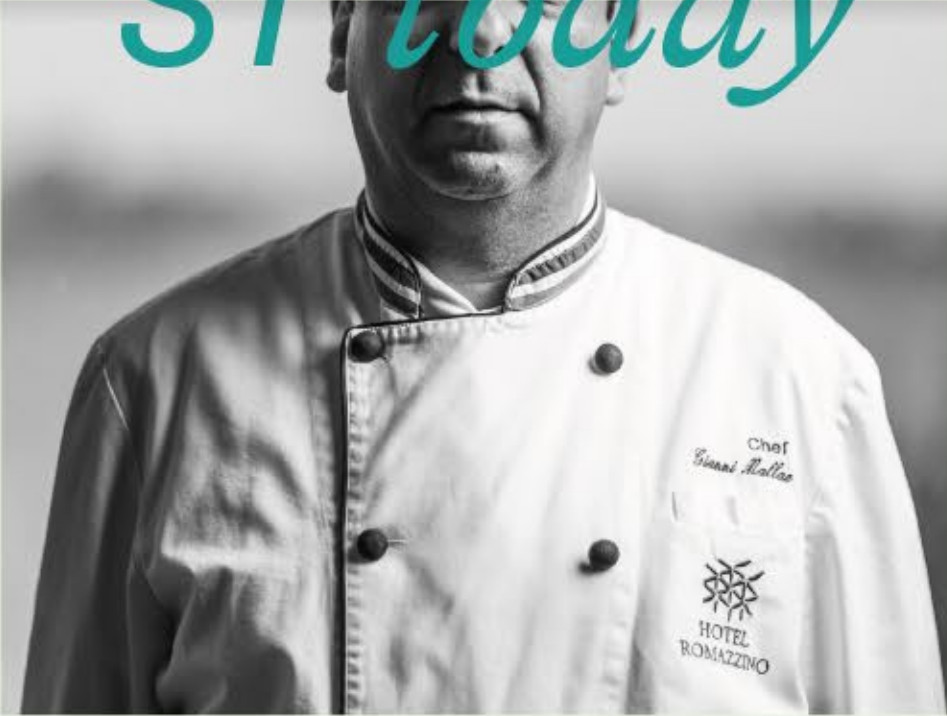
Interviste su Theodore



13.06.2021

Social Club


ST'today




08.06.2021

A pranzo con Gianluca

Ristorante Romazzino






11.06.2021

Nuova apertura San Teodoro


Marriot Hotel



13.06.2021

L'ultimo uomo sulla Terra

The Movie



SSUE
N.1

THEO
DOR
E

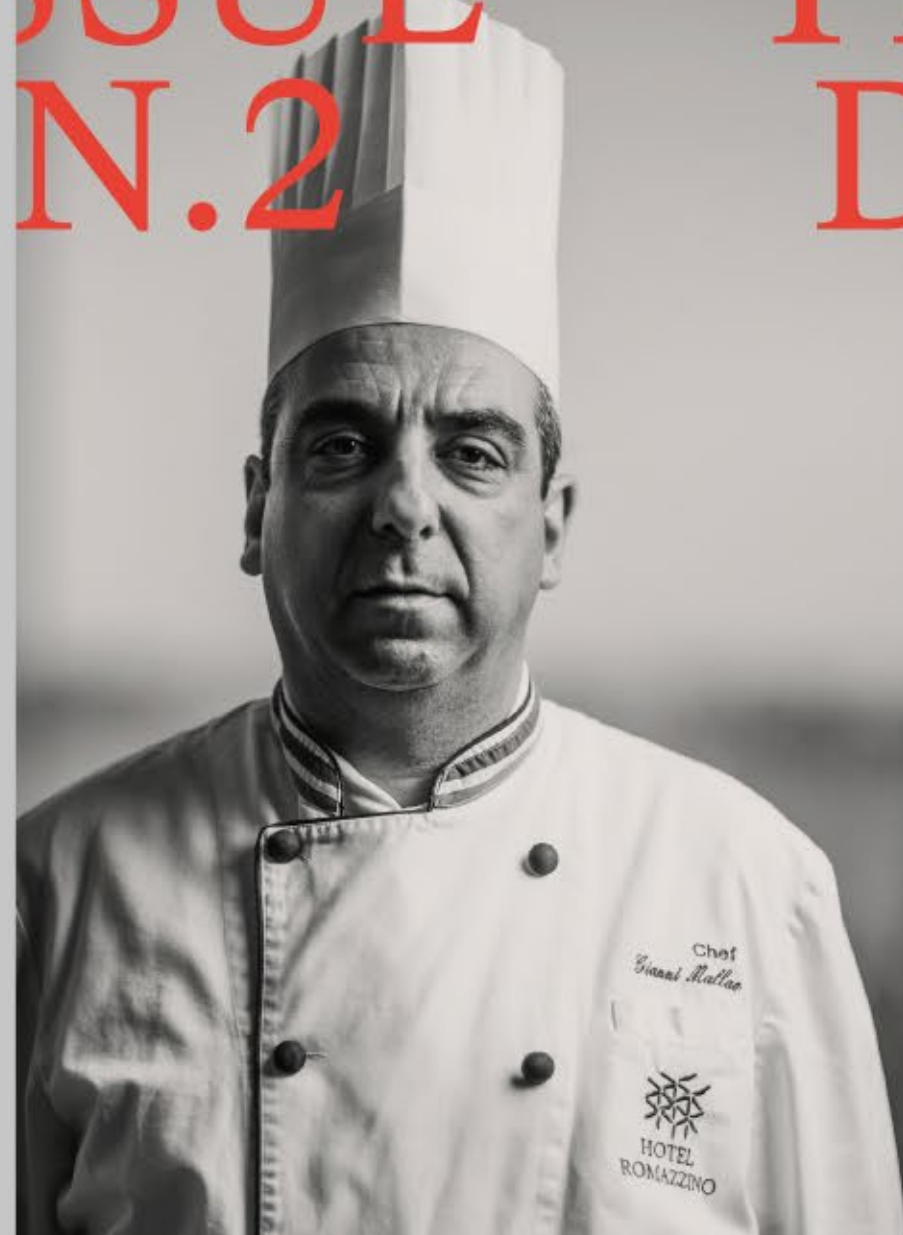


T
HEO
ORE

San Teodoro
Monthly Guide
for better living
Season 1 — Issue 1

SSUE
N.2

THEO
DOR
E



T
HEO
ORE

San Teodoro
Monthly Guide
for better living
Season 1 — Issue 2

SSUE
N.3

THEO
DOR
E



T
HEO
ORE

San Teodoro
Monthly Guide
for better living
Season 1 — Issue 3



San Teodoro
Monthly Guide
for better living
Season 1 — Issue 3

THEODORE MAG.

San Teodoro
Monthly Guide
for better living

Issue 1.

In questo luogo non troverete molto. Non molte foto, nessun progetto esaustivo e forse nessuna parola di senso compiuto. C'è una ragione per tutto questo che riguarda ciò che sentiamo d'essere, come amiamo immaginare il nostro ruolo, quello dei nostri clienti, dentro ciò che facciamo. Sì certo, suona strano, ma è il nostro mestiere. E' il modo in cui paghiamo il pane, stringiamo i lacci, sorridiamo coi denti a posto.

Edito

Fotografie Gianluca Vassallo

Intervista di
Samuele Savio

2. A pranzo

con Gianluca



Threesure

Intervista di
Francesco Mannironi



26 — 27

My wife
was

a centerfold



Fotografie White Box Studio

Intervista di
Francesco Mannironi

1. L'ultimo Uomo

sulla Terra



L'est
*An*ate
di na.

L'Estate di Anna

L'Estate di Anna is the web TV series commissioned by the Municipality of San Teodoro and with the support of the Sardinia Film Commission for the tourist promotion of the Gallura area. The series tells the sentimental education of two teenagers while waiting for the summer. The fiction is divided into 7 episodes under the direction of Gianluca Vassallo. Choice Studio created the visual identity as long as the graphics and title sequences.



L'est
*An*ate
di na.

L'estate non mi conosce.

4/12



Episodio ①

Andrea
Tedde

Bianca Maria^{5/12}
Lay



Andrea
Sestini

[Santeodoro.estate](#) ← L'estate di Anna

• [La storia](#)

[Trailer](#)

[Episodi St.1](#)

[Backstage](#)

L'estate di Anna. L'estate di Anna è una web serie prodotta da White Box Studio, sostenuta dall'Assessorato al Turismo del Comune di San Teodoro e dal supporto di Sardegna Film Commission. La serie, racconta l'educazione sentimentale di due adolescenti nell'attesa dell'estate. Un'estate prima dell'estate che somiglia a quella di ciascuno di noi.



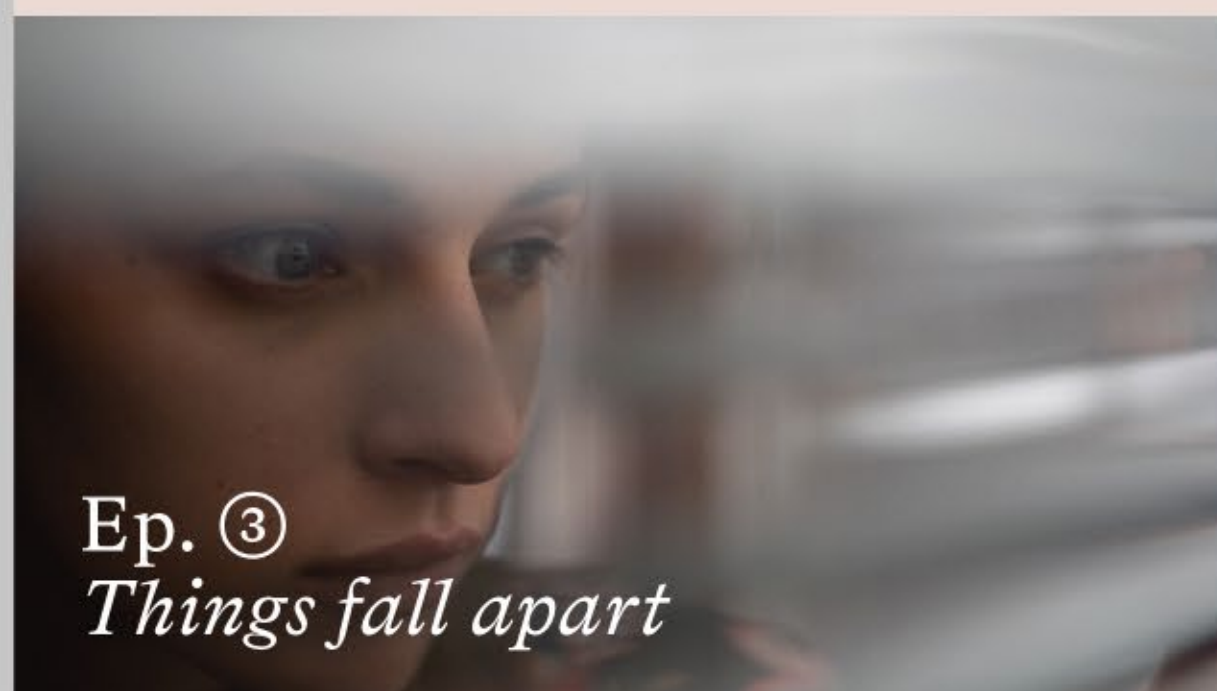
[Santeodoro.estate](#) ← L'estate di Anna

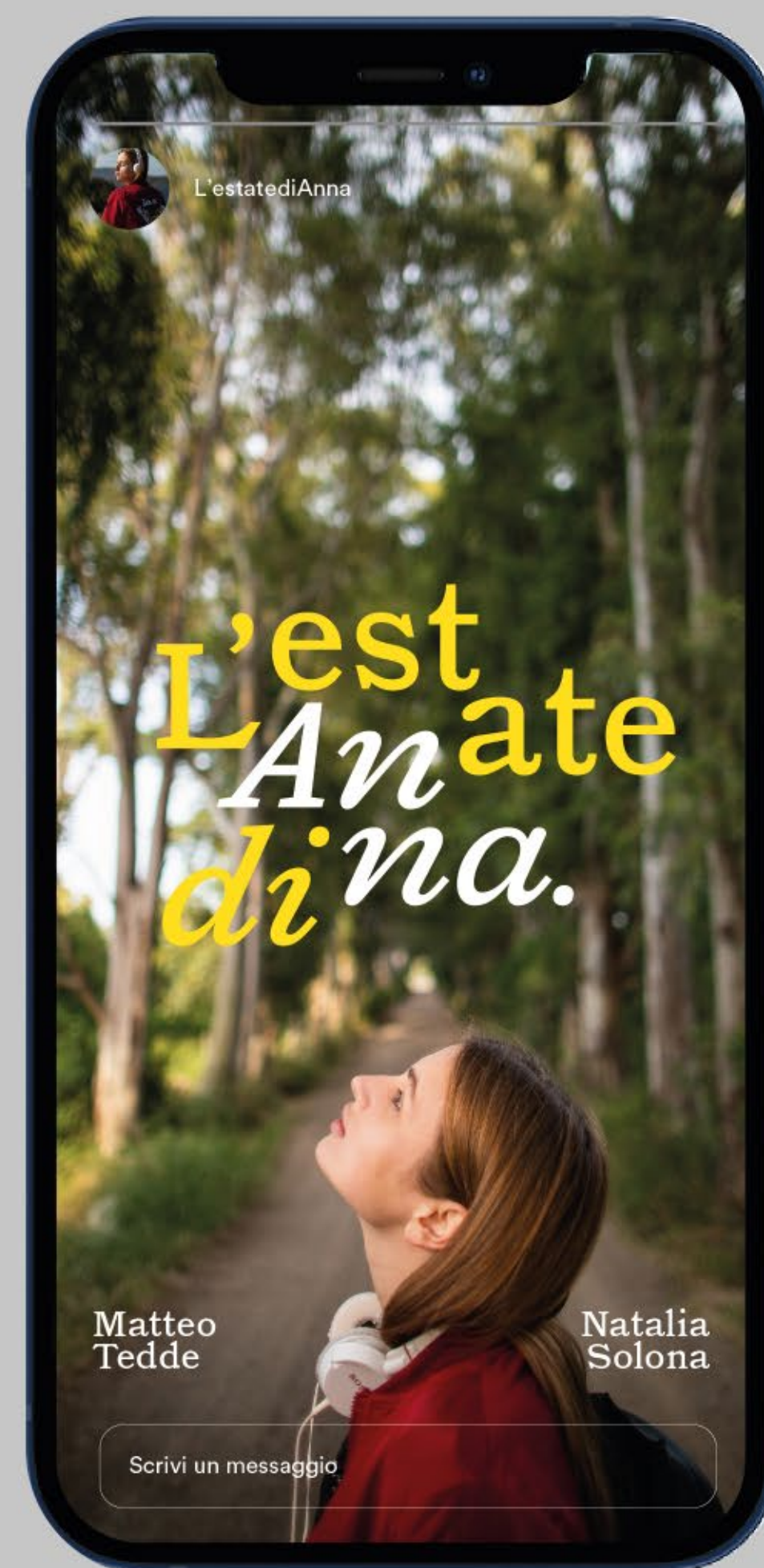
[La storia](#)

[Trailer](#)

• [Episodi St.1](#)

[Backstage](#)





L'estate di Anna.

*Con il patrocinio
di SanTeodoro*

*Assessorato
al Turismo*

*Scritto e diretto da
Gianluca Vassallo*

*Scritto e diretto da
Gianluca Vassallo*

L'est *An*ate *di*na.

Matteo
Tedde

Natalia
Solona



Scritto e diretto da
Gianluca Vassallo

Con il patrocinio
di San Teodoro

L'est
*An*ate
di *na*.

Matteo
Tedde

Natalia
Solona

L'estate di Anna.

Con il patrocinio
di San Teodoro

Scritto e diretto da
Gianluca Vassallo

Con il patrocinio
di San Teodoro

L'est
*An*ate
di *na*.

Matteo
Tedde

Natalia
Solona



L'est
*An*ate
di na.



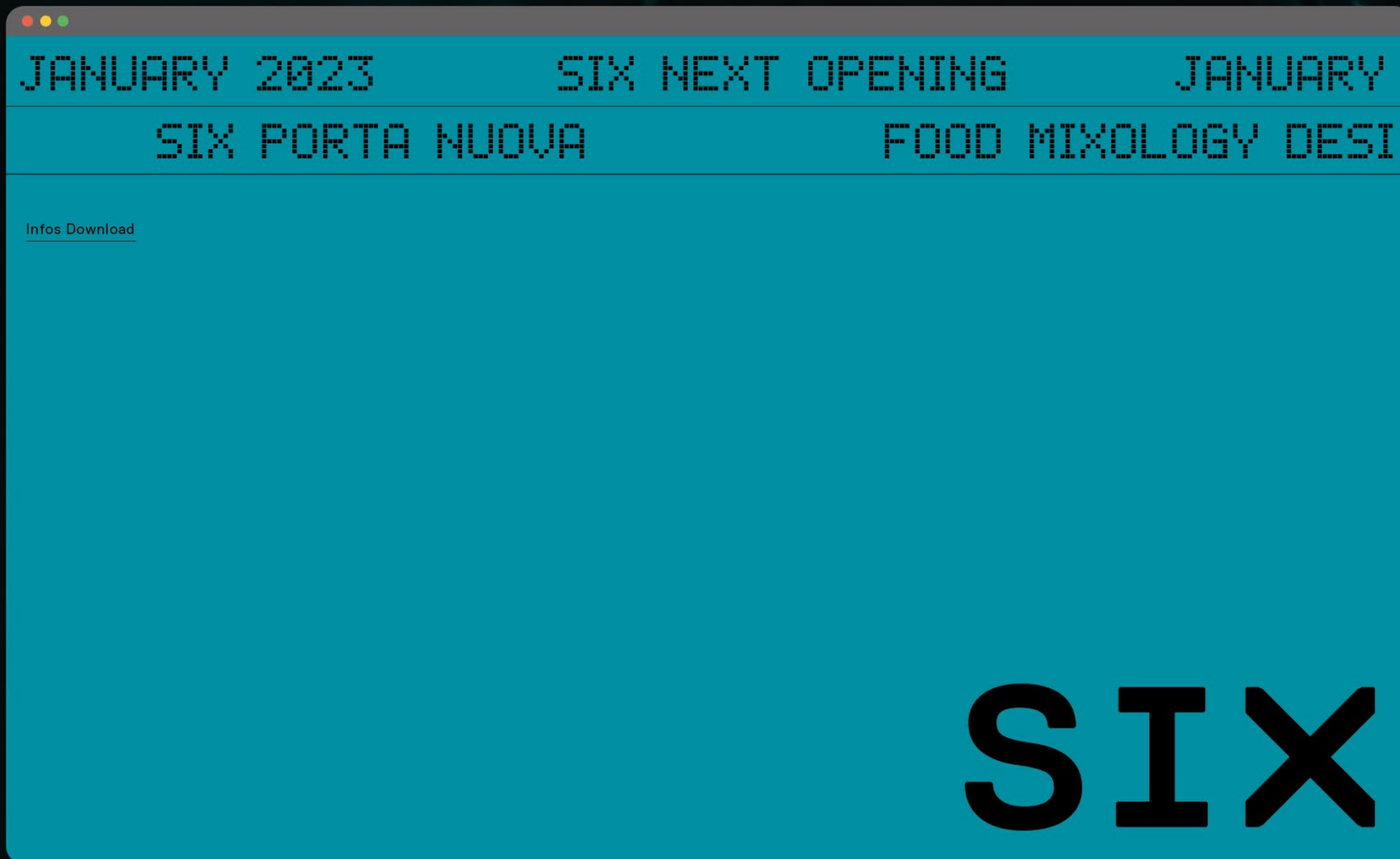
SIX

Six Porta Nuova

Six leaves the historic location in Via Scaldasole and moves to Via Mike Bongiorno 13 in the Porta Nuova district, the one that more than any other represents the new face of Milan. The creative space, where design, architecture, food, beverage & music come together, changes address and look while maintaining the same vocation of creativity hub. As partner agency of all the Six projects we curated the art direction, the new brand image and the interior concept with Francesco Rota Architects.

SIX





JANUARY 2023

SIX NEXT OPENING

JANUARY

SIX PORTA NUOVA

FOOD MIXOLOGY DESI

[Infos Download](#)

SIX



<https://www.sixmilano.com>



SPECIAL DINNER KEI KOBAYASHI

ORIENTAL MENU

23.12.22
Rsvp: info@six.com
from 18.30 til late

Via Mike
Bongiorno 12
Milano

New
Opening
/

23.12.22
Rsvp: info@six.com
from 18.30 til late

Via Mike
Bongiorno 12
Milano

New
Opening
/
This is your
personal
Invitation

23.12.22
Rsvp: info@six.com
from 18.30 til late

Via Mike
Bongiorno 12
Milano

SIX

23.12.22
Rsvp: info@six.com
from 18.30 til late

Via Mike
Bongiorno 12
Milano



Special
Dinner W.
Kei Kobayashi
/

23.12.22
Rsvp: info@six.com
from 18.30 til late

Via Mike
Bongiorno 12
Milano

Special
Dinner W.
Kei Kobayashi
/
Oriental
Menu

23.12.22
Rsvp: info@six.com
from 18.30 til late

Via Mike
Bongiorno 12
Milano

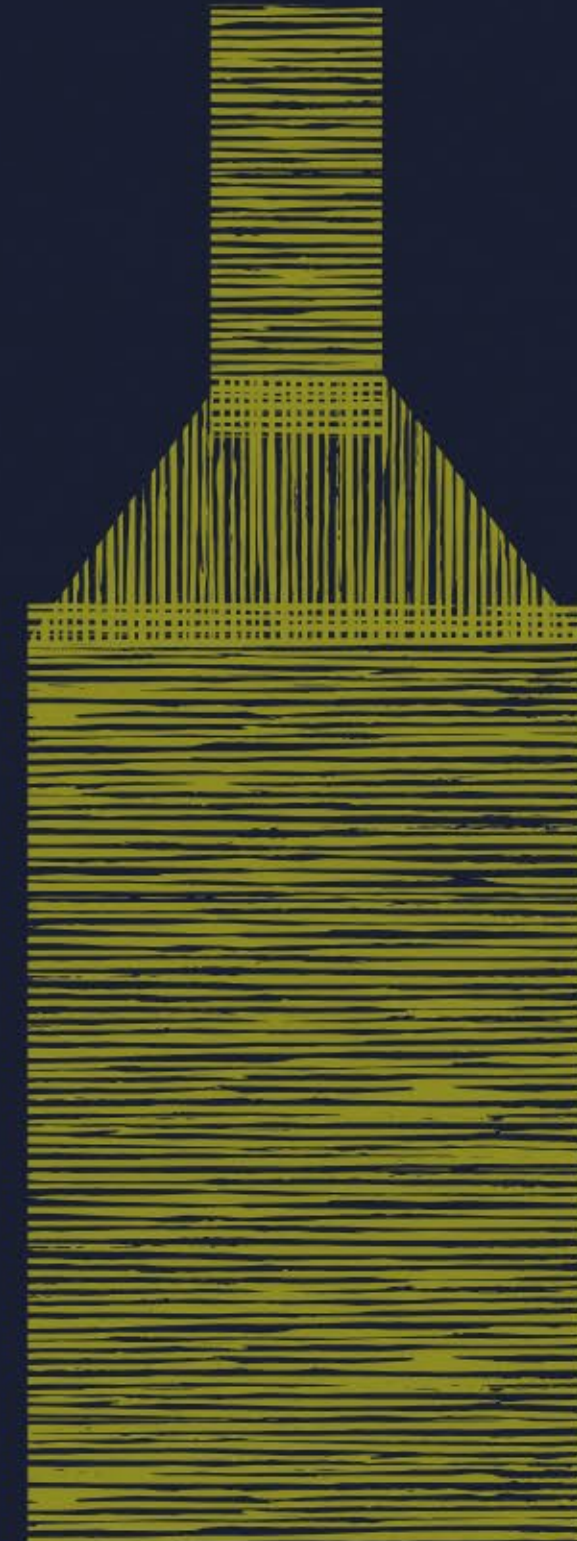
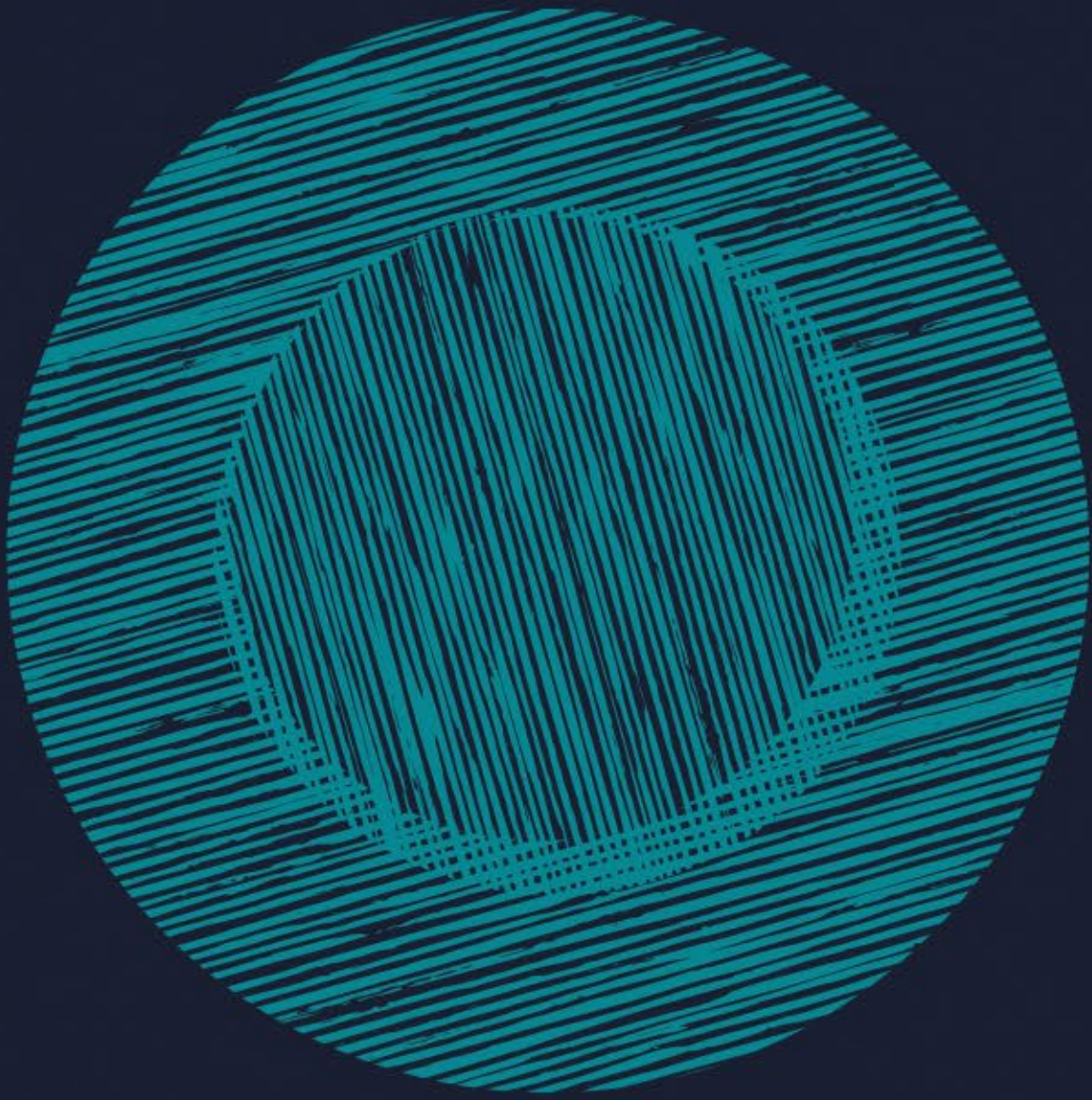


SIX



SIX

Dinner / Menu



SIX AUX



Sixième

Sixième



A MIXOLOGY SURVEY .I

A MIXOLOGY SURVEY .II



BACIO®

Bacio New York

Bacio is a Brooklyn-based boutique clothing brand founded in 2005 by Ryo Liu and Peter Hsia. The brand knows that personal style doesn't fit a single box, that's why it offers timeless, playful, and endlessly chic pieces for young women. The mission is to help you find everything you need for your everyday life, from suiting and office essentials to date night and more. Choice designed the brand renewal that evokes the unique, young and everyday living identity. Iconic yet personal and idiosyncratic visuals that speak through photography art direction, colors, logotype and typesetting, with a bimonthly mag among other items.

BACIO[•]



BACIO[®]

(+1).698.156702
WILLIAMSBURG
NEWYORK

BACIO[®]
(+1).698.156702
WILLIAMSBURG
NEWYORK



BACIO
(+1).698.156702
WILLIAMSBURG
NEWYORK

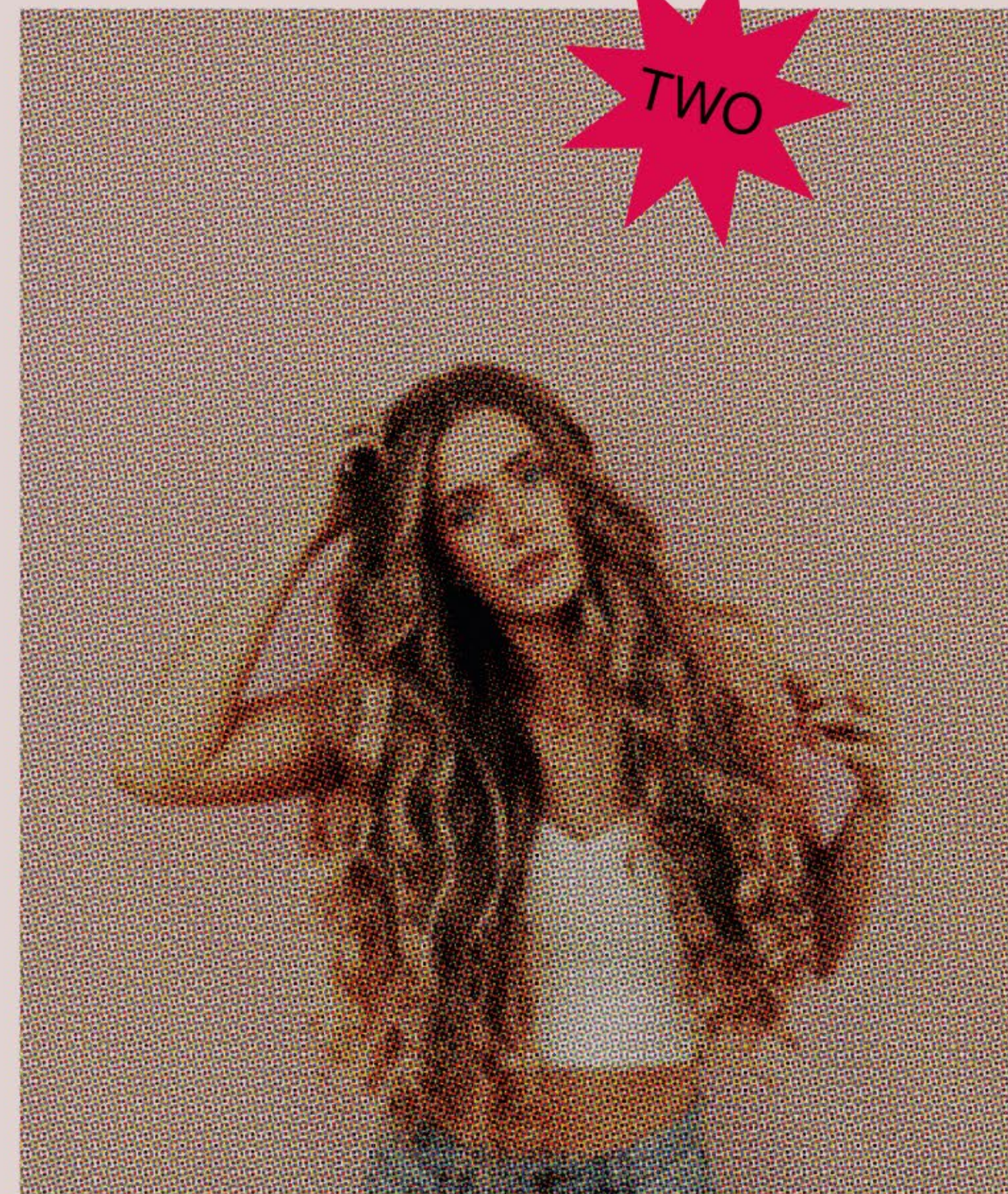




BACIO PAPER



BACIO PAPER







<https://www.choice-studio.com/>
Via Arena, 19 20123 Milano
+39 (339) 6203612
hello@choice-studio.com

Choice Studio