

INDICE | CONTENTS

INTRODUZIONE | INTRODUCTION

TRA SOSTENIBILITÀ E TECNOLOGIA | BETWEEN SUSTAINABILITY AND TECHNOLOGY
di | by Patricia Malavolti

1

LE STORIE DEI COLORI | COLOURS STORIES
di | by Mario Bisson

2

LE INTERVISTE | INTERVIEWS

BOFFI

5

CAEM MAGRINI

15

CALLIGARIS

27

FERRETTI E FERRETTI

41

LAGO

55

MORETTI COMPACT

67

NATUZZI

79

RIVA 1920

87

TINO SANA

97

Questo volume raccoglie interviste pubblicate sulle riviste VDL, Verniciatura del Legno e Verniciatura Industriale
This volume gathers interviews published on magazines VDL, WPA Wood Finishing Magazine and Industrial Coating

La soluzione
attività un
"ecologica"
risparmiare
Bisogna
dell'uomo
fabbriche,
qualità de
I nuovi ed
che conse
consegu
cosa che
inquinanti
di controlli
di benessere
mondiale
di costruz
gli edifici
ambiental
e del proc
qualità att
certificazi
dove esis
per la val
mobili, qu
finale dell
Questo "c
profession
oggetti e
designer,
una vision
e anche c
anche un
ricerca di
ambienta
La "pelle"
un proget
produce l
raccoglie
CONVINZIO



Mario Bisson
Direttore Laboratorio Colore,
Politecnico di Milano.

I colori sono una forza potente di attrazione e di coinvolgimento, e vanno ben oltre il ruolo di rivestimenti cromatici. Le palette, o gamme di colori, costruite dagli esperti di *trend*, hanno un modo sottile di catturare le sfumature emozionali, psicologiche, e persino politiche ed economiche della società, riflettendo e impattando lo spirito del tempo culturale, ossia divenendo rivelatori del tempo e della società. Se osserviamo infatti un quadro, una fotografia o una pagina di giornale, spesso riusciamo in parte anche attraverso l'uso dei colori ad individuarne l'epoca. Se andiamo oltre, se non ci fermiamo alle affermazioni all'apparenza superficiali, propugnate non solo dalle riviste di moda ma anche dai *trend analyst*, come ad esempio i tipici slogan "è tornato il nero" o "quest'anno è d'obbligo il rosa", riusciamo ad intuire le valenze profonde che il linguaggio del colore custodisce in sé. La possibilità di scegliere e combinare, di indossare o di circondarsi di colori, e questo è particolarmente evidente nella moda dove il colore è un elemento cruciale del design e degli abbinamenti, questa possibilità cromatica appunto di creare ci riporta probabilmente all'esperienza ludica, alla libertà sperimentale della nostra infanzia. L'industria della moda e del *design*, agile e flessibile nel cambiare e seguire l'onda della mutevolezza dei tempi, anche attraverso la sua sincronizzazione cromatica, termine coniato da Clino Trini Castelli, è un fenomeno di vasta portata economica. Il ciclo vitale di un trend varia, tuttavia i tempi di produzione dell'industria impongono scadenze periodiche, da questo derivano i *trend stagionali* della

The colours are a powerful force of attraction and involvement, and they go well beyond the role of chromatic finishes. The palettes, or colours range designed by the trend experts, have a particular way of capturing emotional, psychological, and even political and economic society nuances, which reflect and impact the cultural zeitgeist, that is becoming detectors of the time and society. If we observe a painting, a photograph or a newspaper page, we can often identify the era just looking at the use of colours. If we go further, if we do not stop the seemingly superficial statements, advocated not only by fashion magazines but also by trend analyst, such as the typical slogan "black is back" or "this year is the obligation of pink", we can imagine the deep meanings that the language of colour holds within itself. The ability to pick and mix, to wear or to be surrounded by colour, and this is particularly evident in fashion where colour is a crucial element of the design and matching, this ability to mix colour probably brings us back easy and flexible to change and to go with the wave of changeability of time, even through its chromatic synchronisation, a term coined by Clino Trini Castelli, it is a phenomenon of far-reaching economic. The life cycle of a trend varies, however the timing of industrial impose recurring deadlines, from this derive the fashion seasonal trends of. The design industry, that means those which manufacturer furniture, furnishings, appliances, electronics, lighting, graphics, automotive and so on, generally follow the trend of fashion, but sometimes the phenomenon can be

moda. Le tendenze stagionali, da un lato, e i trend stagionali, dall'altro, sono determinati dalle scadenze di produzione dell'industria. Il ciclo vitale di un trend varia, tuttavia i tempi di produzione dell'industria impongono scadenze periodiche, da questo derivano i trend stagionali della moda. Le tendenze stagionali, da un lato, e i trend stagionali, dall'altro, sono determinati dalle scadenze di produzione dell'industria. Il ciclo vitale di un trend varia, tuttavia i tempi di produzione dell'industria impongono scadenze periodiche, da questo derivano i trend stagionali della moda.



moda. Le industrie che definiamo del *design*, ovvero mobile, complemento d'arredo, elettrodomestici, elettronica, illuminazione, grafica, automotive e così via, generalmente seguono i trend della moda, ma a volte il fenomeno può invertirsi ed è il mondo della moda che si ispira al mondo degli oggetti, rispondendo alla qualità di fluidità e interscambiabilità dei nostri tempi. Come scrive Trini Castelli: "*La moda si tinge emozionalmente dei colori del mondo che la circonda*". I ricercatori e le voci più ascoltate nei settori moda e *design*, chiamati con varie denominazioni, *trend analyst*, *forecaster*, *futurist*, *futurologi* e altro, sono solitamente varie società che si manifestano sotto forma di riviste, eventi e altri *tool* specifici. Gli analisti del *trend* seguono diverse metodologie dando corpo a differenti tipologie di *working tool*. Essi costruiscono quindi dei *report* di analisi del mercato, del consumo e delle tendenze, ma anche delle prognosi e linee guida per le stagioni a venire, e infine definiscono delle palette di colori e materiali o finiture per gli interessati, che di solito sono aziende, stilisti e professionisti. Gli strumenti principali, detti *tool* in inglese, sono ad esempio i *mood board* o *gli story board*, che profilano l'atmosfera, l'area colori, le finiture dal punto di vista emozionale e sensoriale, i *trend book* e le riviste di stile, *style magazine*.

reversed and it is the fashion world that is inspired by the world of objects, responding to the quality of fluidity and interchangeability of our times. Trini Castelli writes: "*Fashion is emotionally dyed with the colours of the world around her*". The researchers and the leading voices in the fields of fashion and design called by various names, trend analyst, forecaster, futurist, and more, are usually different companies that are manifested in the form of magazines, events and other specific tools. Analyst's trends follow different methodologies giving real meaning to different kind of working tool. They then write market analysis reports, consumption and trends, but also the hypothesis and the guidelines for seasons to come, and finally they define the colours and materials palette or finishes, which usually are companies, designers and professionals. The main tools, for example, are mood board or story board, describing the atmosphere, the colours area, the finishes from the emotional and sensory point of view, the trend book and style magazine, style magazine.

Donatella G. Malavolti

DIRETTORE EDITORIALE | EDITORIAL DIRECTOR
Mara Malavolti

DIRETTORE ARTISTICO | ART DIRECTOR
Patricia Malavolti

REDAZIONE | EDITORIAL STAFF
Adele Negri

GRAFICA | GRAPHIC DESIGNER
Ilaria Segretti

TRADUZIONI | TRANSLATIONS
Cristina De Melegazzi

STAMPA | PRINTING

A. G. Bellavite srl - Missaglia (LC)

GreenPrinting®  **ZEROCMISSION**
PRINTING

Stimolato secondo la filosofia GreenPrinting® nella stile salvaguardia dell'ambiente attraverso l'uso di materiali (carta, inchiostri e inchiostri) a basso impatto ambientale, oltre all'utilizzo di energia rinnovabile e autonomia a motore.

Printed according to the philosophy GreenPrinting® to protect the environment through the use of sustainable (paper, pigments and inks) with low environmental impact, besides the use of renewable energy and natural gas vehicles.

Puro competenza Milano. Registrazione Tribunale di Milano n. 313 - 30/71982
SUPPLEMENTO A VDL _ Verniciatura del Legno n. 194
ISSN 0393-4373

Verifica R.U.C.: Poste Italiane Spa Speed. In abb. Postale D.L. 353/2003
(conv. in L. 27/02/2004 n.46) art.1, comma 1, 10/M1

EDITORE | PUBLISHER


La Rivista del Colore

 Tel. +39 039 629041 Fax +39 039 62904208

Info@larivistadelcolore.com

www.larivistadelcolore.com

ANVER

 Associazione Verniciatori Industriali
Association of Industrial Coaters

www.anver.org