

# domus

**CONTRACT**

LA CITTÀ **PER** L'UOMO



# domus

Rivista fondata da Gio Ponti nel 1928  
Founded in 1928 by Gio Ponti

supplemento/supplement  
**Contract**

a cura di/edited by  
Centro Studi Domus/Domus Study Centre  
**Massimo Curzi**  
**Francesco Maggiore**  
**Spartaco Paris**

direttore/editor  
**Nicola Di Battista**

vice direttore/deputy editor  
**Donatella Bollani**

art director  
**Giuseppe Basile**

redazione/editorial staff  
**Loredana Mascheroni**  
(vicecaporedattore/deputy senior editor)  
**Rita Capezzuto**  
(caposervizio/supervising editor)  
**Elena Sommariva**

staff grafico/graphics  
**Elisabetta Benaglio, Franco Miragliotta**

coordinamento/coordinator  
**Miranda Giardino di Lollo**

segreteria direzione/assistant to the editor  
**Isabella Di Nunno**

domusweb Italia  
**Simona Bordone, Marianna Guernieri**

Progetti speciali/Special projects  
**Giulia Guzzini**

collaboratori/consultants  
**Edward Street, Wendy Wheatley**

traduttori/translations  
**Paolo Cecchetto, Daniel Clarke,**  
**Emilia Ligniti, Annabel Little,**  
**Miranda MacPhail, Dario Moretti,**  
**Marcello Sacco, Michael Scuffil,**  
**Eleanor Staniforth, Rodney Stringer**

fotografi/photographs  
**Andrea Basile, Pierluigi Di Pietro,**  
**Thys Dullaart, Alessio Guarino,**  
**Fernando Guerra | FG+SG,**  
**Sebastiano Luciano, Yves Marchand,**  
**Roberto Marossi, Cristóbal Palma,**  
**Leonardo Puccini, Didier Raux, Edith Roux,**  
**Franck Tallon**

allegato a/published with  
**Domus 1007**  
**Novembre/November 2016**

**Editoriale Domus S.p.A.**  
Via Gianni Mazzocchi 1/3  
20089 Rozzano (Milano)  
T +39 02 824 721  
F +39 02 575 001 32  
editorialedomus@editdomus.it

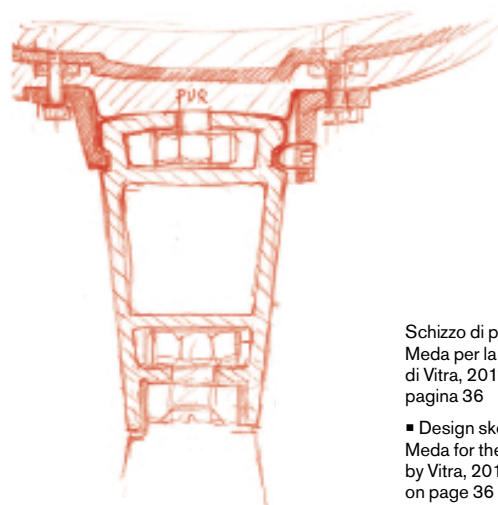
editore e direttore responsabile/  
publisher and managing editor  
**Maria Giovanna Mazzocchi Bordone**

pre stampa/prepress  
**Editoriale Domus**

stampa/printers  
**ERRE Stampa, Orio al Serio (BG)**

Registrazione del Tribunale di Milano  
n. 125 del 14/8/1948. È vietata la riproduzione  
totale o parziale del contenuto della rivista  
senza l'autorizzazione dell'Editore.

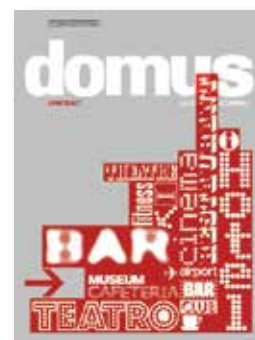
© 2016 Editoriale Domus S.p.A.  
Rozzano (MI) Italia



Schizzo di progetto di Alberto Meda per la "Meda Gate" di Vitra, 2011, pubblicata a pagina 36

■ Design sketch by Alberto Meda for the Meda Gate by Vitra, 2011, published on page 36

Autore/Author	Progettista/Designer	Titolo/Title	
Massimo Curzi		<b>Contract su misura</b> <b>Contract made to measure</b>	2
Giampiero Bosoni		<b>Le mutazioni del contract</b> <b>The changing contract sector</b>	3
Francesco Scullica, Elena Elgani		<b>Design dell'ospitalità</b> <b>Hospitality design</b>	8
Chiara Lecce		<b>Ufficio: una lunga evoluzione</b> <b>The office: a long evolution</b>	12
Lucia Frescaroli		<b>Il contract dello spazio domestico</b> <b>Residential contract projects</b>	16
	<b>Konstantin Grcic</b>	<b>Hacking sofisticato</b> <b>Sophisticated hacking</b>	20
	<b>Jean-Marie Massaud</b>	<b>Essenzialmente: la sedia</b> <b>A chair, essentially</b>	24
Massimo Curzi		<b>Il punto di vista dei progettisti</b> <b>Designers' points of view</b>	28
	<b>Pierluigi Cerri</b>		30
	<b>Rodolfo Dordoni</b>		32
	<b>Piero Lissoni</b>		34
	<b>Alberto Meda</b>		36
	<b>Patricia Urquiola</b>		38
	<b>Patricia Viel</b>		40
Spartaco Paris		<b>Il punto di vista degli imprenditori</b> <b>Industrialists' points of view</b>	42
	<b>Giorgio Busnelli</b>		44
	<b>Giulio Cappellini</b>		46
	<b>Claudio Feltrin</b>		48
	<b>Piero Gandini</b>		50
	<b>Roberto Gavazzi</b>		52
	<b>Claudio Luti</b>		54
	<b>Carlo Molteni</b>		56
	<b>Piero Molteni</b>		58
	<b>Giuliano Mosconi</b>		60
	<b>Autori/Contributors</b>		62



copertina / cover design by  
**Giuseppe Basile**

Abbiamo raccolto su queste pagine le tante esperienze di eminenti progettisti e di valorosi capitani d'industria impegnati nel settore del contract: voci diverse, appassionate e piene di energia positiva; personalità forti, capaci e pronte ad affrontare le tante sfide future che si prefigurano all'orizzonte.

Da una serie di colloqui con questi protagonisti e da una fitta raccolta di immagini e testi si delinea un quadro molto positivo, dove gli evidenti segnali di crescita economica del settore coincidono con tante sfide progettuali vinte in tutto il mondo. Interpreti storici del design italiano, aziende e progettisti diventano portavoce anche di tantissime altre realtà che lavorano nella stessa direzione con la medesima dedizione e intensità.

La capacità di adattamento alle richieste del mercato è la cifra che accomuna le tante esperienze. La contaminazione di saperi antichi e la grande esperienza artigianale italiana vengono oggi coniugate ed enfatizzate anche dal lavoro eseguito con macchine sofisticatissime, che molto spesso sono anch'esse prodotte in Italia. In alcuni casi, la forte crescita ha voluto dire trasformare consolidate strategie aziendali in modo radicale, giocando sulla delocalizzazione della produzione e affidando a strutture molto raffinate la logistica, che sempre di più diventa l'elemento cardine del successo imprenditoriale.

Lavorare di contrappunto tra elementi apparentemente discordanti diventa la modalità adottata da molti designer nel progettare spazi: miscelare sapori vuol dire saper dialogare con ciò che ci si trova davanti, saper incrociare culture, trasformando semplici richieste funzionali del cliente in straordinarie visioni architettoniche.

Gli spazi del commercio, dell'ospitalità, del lavoro, dell'esposizione museale sono gli ambiti su cui queste aziende e questi progettisti concentrano le proprie energie e attraverso i quali arrivano a fatturati importanti, tanto che i grandi marchi industriali diventano sempre di più oggetto di attenzione di fondi d'investimento o di *private equity* italiani e stranieri che, affascinati da questo settore che incrocia l'abitare e *life style*, analizzano nel dettaglio bilanci alla ricerca della maggior redditività sotto il termine più che mai attuale di EBITDA (Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization).

Lavorare nel settore del contract generalmente significa lavorare sulla quantità, offrendo pezzi a catalogo a un minor prezzo, ma in molti casi corrisponde sempre più alla personalizzazione del prodotto, a catalogo o, molto spesso, a progetti realizzati *ad hoc* per clienti e occasioni particolari.

Rimanere leader nell'attuale mercato mondiale, competitivo e agguerrito più che mai, vuole dire fare i conti con tutti questi aspetti, dove lo spirito imprenditoriale italiano, le capacità di adattamento, le energie positive e la cultura del progetto diventano sempre più qualità essenziali e necessarie.

## CONTRACT SU MISURA

## CONTRACT MADE TO MEASURE

Massimo Curzi  
(Centro Studi Domus)

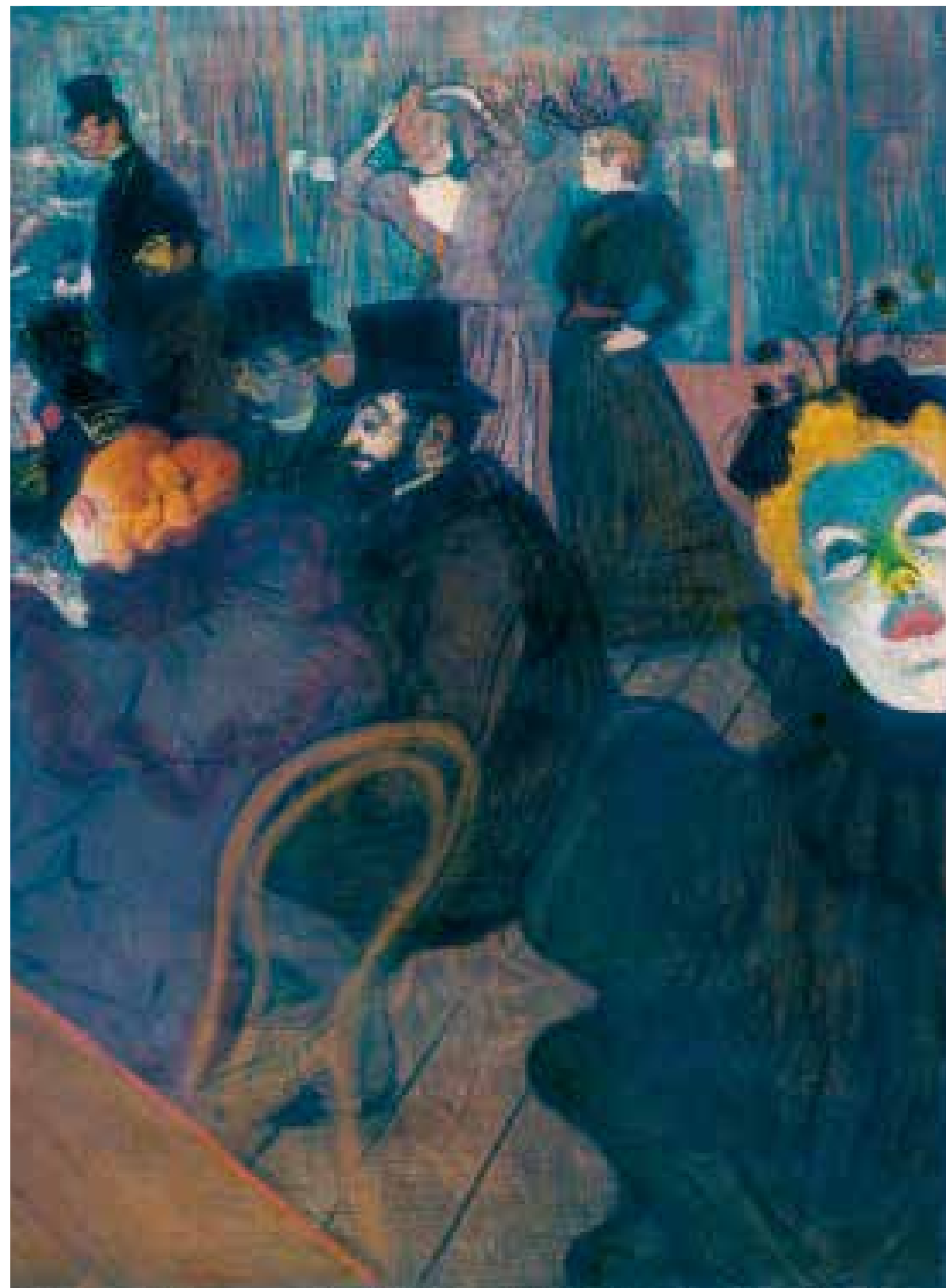
• On these pages we have collected a large amount of experience: that of eminent designers and valorous captains of industry hard at work in the contract sector. They are the different enthusiastic and positive voices of strong personalities who are willing and able to rise to the challenge of the future they see advancing on the horizon. An optimistic picture emerges from the conversations we had with these protagonists and from the copious amount of pictures and writings we are publishing here. Evident signs of economic growth in the contract sector coincide with many successfully accomplished design projects all over the world. As the trusted interpreters of Italian design, manufacturers and designers also represent many other small-scale craft producers working in the same direction with dedication and focus.

The ability to adapt to market requests is a common denominator in all these cases. A blend of ancient skills and great Italian craftsmanship are joined and emphasised by work executed with highly sophisticated machines, which more often than not are also produced in Italy. In some cases, strong growth has led to the radical transformation of consolidated corporate strategies, including the outsourcing of production and entrusting logistics to flexible companies – an ever more cardinal ingredient for entrepreneurial achievement. By counterbalancing seemingly incompatible elements, designers have found a way to negotiate the requirements of the spaces they need to furnish. By knowing how to enter into an exchange with each new situation, they are able to mix flavours, hybridise cultural influences and transform elementary functional needs into extraordinary architectural visions.

The surroundings of commerce, hospitality, work and museum exhibitions are the ambits on which the manufacturers and designers here are concentrating their energy. Their economic gains can be substantial. Increasingly often, big industrial brands receive investment funds and private equity both Italian and foreign, fascinated as people are by the contract formula, which combines lifestyle and interior design. Investors have been conducting detailed analysis of the balance sheets as they seek optimal profitability. One currently popular indicator of a company's financial performance are its earnings before interest, taxes, depreciation and amortisation, or Ebitda.

Working in the contract sector generally means working with large quantities, offering standard products for a lower price. In many cases it means customising standard products and often it means custom-producing new products for special needs and occasions.

In order to maintain a leading edge in the fiercely competitive world market, all these aspects need to be taken into consideration. Italy's entrepreneurial spirit, adaptability, confidence and design culture are essential and necessary qualities to cultivate, now more than ever.



## LE MUTAZIONI DEL CONTRACT

Una ricostruzione storica di un tema progettuale ricorrente permette di leggere in un'altra chiave i mutamenti della cultura dell'interno architettonico. Un saggio del noto storico milanese dell'architettura degli interni ci permette di mettere in evidenza i passaggi chiave di questo cambiamento

A look back in time at a recurrent design theme offers a different take on the changes in the architectural interior culture. An essay by the renowned Milanese architectural historian highlights the key moments in this change

Giampiero Bosoni



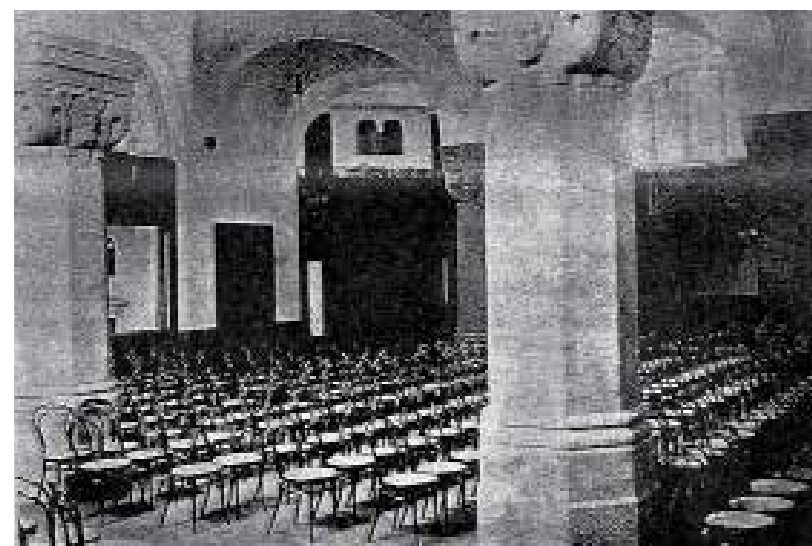
Pagina 3: Henri de Toulouse-Lautrec, *Al Moulin Rouge*, 1892-94, olio su tela, The Art Institute of Chicago, Chicago, Stati Uniti. In questa pagina: in alto, elementi disassemblati della Bentwood Chair di Thonet; sotto, interno dello studio per il re di Spagna eseguito a Parigi, nel 1801. Disegno tratto da *Recueil de Décorations Intérieures*

di Charles Percier e Pierre François Léonard Fontaine. Francia, XIX secolo. Pagina a fronte: a sinistra, sala dei banchetti alla Grundtvig Haus di Copenaghen, 1920 ca.; a destra, Charles P. Cochrane Co., 295 5th Ave., New York City. Vista generale del Contract Department progettato da Raymond Loewy nel 1944

La definizione di contract a livello internazionale non è univoca. Per alcuni è essenzialmente il progetto coordinato dell'arredamento per gli interni e, in particolare, il modo di gestire un preciso programma tempistico che assembla il disegno di parti su misura con diversi elementi di serie. Per altri, il contract è prima di tutto un sistema, un insieme integrato di prodotti e servizi ordinati e predisposti per il completamento di un allestimento d'interni, generalmente per la collettività. Si tratta di due approcci tutto sommato simili, per finalità e per risultati, tuttavia, a ben vedere, espressione di due diverse scuole di pensiero: nella prima riconosciamo soprattutto il modo italiano e un po' anche altre esperienze europee, come certi approcci scandinavi; nella seconda si riconoscono soprattutto i modelli anglo-tedeschi, in particolare quello americano, ma anche quelli orientali, a partire dal Giappone sino ad arrivare alla Cina. Attualmente, a prescindere da tali distinti approcci, la definizione di contract come "soluzioni chiavi in mano" (*Turn-key solutions*) – ci ricorda la ricercatrice del settore Nydia Urdaneta Falcon – è da considerarsi come quella più vicina a ciò che oggi si conosce, e in genere ci si aspetta di trovare, in questo settore: non solo la fornitura di prodotti, ma anche un servizio completo di trasporto e installazione, così come alcuni servizi di post-vendita. Si tratta di un sistema integrato gestionale e produttivo di messa in opera di finiture di rivestimento, arredi e FF&E (Furniture, Fixtures & Equipment) per i grandi progetti destinati alla collettività e all'ospitalità. Tornando alle due diverse scuole di pensiero rispetto al progetto

contract, si osserva che in Italia e in buona parte dell'Europa è molto comune che i progetti per questo settore abbiano delle importanti componenti di creatività e di *problem-solving*: spesso, un requisito fondamentale è che la risoluzione di dettagli tecnici e costruttivi venga demandata alle stesse aziende produttrici. In tal caso, è la componente progettuale ideativa e artigianale a prevalere come valore aggiunto nella commessa contract, nella quale oggetti unici di alta qualità sono proposti e realizzati su misura per progetti di altissimo livello per prestigiosi spazi collettivi per lo più commerciali (boutique, hotel, spa, transatlantici, e così via), istituzioni culturali, il *retail* di alta moda o lo *yachting*.

Nei Paesi anglosassoni, invece, la concezione del contract è ben diversa. L'accento principale risiede nei progetti per gli uffici in generale e, in particolare, per le grandi corporation, ma sono di grande rilevanza anche quelli per la collettività alberghiera. In questo senso, nei progetti e prodotti per il contract in questi contesti, soprattutto in quelli di scuola americana, prevale la componente sistemica, nella quale le soluzioni metodologiche con proposte modulari, da catalogo, al massimo con moderati adattamenti, sono quelle privilegiate e, tutto sommato, le più adatte per grandi palazzi per uffici, per catene alberghiere e di ristorazione, oltre che per il *retail* di alcuni grandi brand. Che si tratti di una realizzazione destinata a Stati Uniti, Europa o Asia, vi sono caratteristiche ben precise che la distinguono comunque come contract, che non sono solo essere un progetto unico e su misura, pensato per l'accoglienza o il *retail*,



Page 3: Henri de Toulouse-Lautrec, *At the Moulin Rouge*, 1892-94, oil on canvas, The Art Institute of Chicago, Chicago, United States. Opposite page: top, the disassembled parts of the Thonet Bentwood Chair; bottom, the interior of a study for the King of Spain, executed in Paris in 1801. Drawing from *Recueil de Décorations*



*Intérieures* by Charles Percier and Pierre François Léonard Fontaine. France, 19<sup>th</sup> century. This page, above: left, the banquet hall in Grundtvig Haus, Copenhagen, c. 1920; right, Charles P. Cochrane Co., 295 5th Ave., New York City. The Contract Department designed by Raymond Loewy in 1944

né tanto meno svilupparsi su migliaia di metri quadrati. Il dato prevalente è sempre la componente gestionale, manageriale e organizzativa: in sintesi, la struttura metodologica dell'interfaccia progettuale. In tal caso, la fornitura e il servizio possono adattarsi a qualsiasi tipo di richiesta. Ciò che generalmente si definisce come fornitura per il contract si può suddividere in tre tipologie: gli arredi mobili, i sistemi d'arredo integrati (interpareti, controsoffitti, pavimenti galleggianti, pannellature modulari, ecc) e l'arredo su misura. La storia del progetto contract è naturalmente molto intrecciata con tutta la storia del furniture design, soprattutto rispetto all'evolversi di tutti gli spazi abitati, domestici e non, fulcro delle rinnovate tipologie architettoniche che dal XIX secolo sono state causa ed effetto delle nuove dimensioni fisiche e simboliche della metropoli moderna. Non abbiamo qui lo spazio per ripercorrere la storia del disegno del mobile che, a partire dal XVIII secolo, inizia a essere offerto a catalogo per sistemi combinati e coordinati, che porterà alla nascita di quella figura di progettista d'interni che verrà definita (prima in Francia, a cavallo tra Ottocento e Novecento) con il termine di *ensemblier*, traducibile letteralmente come 'assemblatore', e che di fatto corrisponde a quello che noi usiamo chiamare 'arredatore'. Una storia che a partire da Percier et Fontaine – con il loro *Recueil de Décorations Intérieures*, 1801 –, attraverso il particolare sviluppo dello "stile Biedermeier" nella prima metà dell'Ottocento, ci porta a capire il successivo ruolo storico della produzione Thonet, soprattutto dalla fine dell'Ottocento, nello sviluppo

di questo programma negli spazi commerciali per l'ospitalità e per la collettività. In tal senso, la sedia e il sistema dei numerosissimi modelli della produzione Thonet può considerarsi un catalogo contract *ante litteram*. A questo punto, per il nostro percorso storico nell'ultimo decennio dell'Ottocento si registrano due importanti fenomeni: da una parte, in Europa, il ruolo significativo dei grandi magazzini nella gestione del prodotto d'arredo per grandi commesse; dall'altra, negli Stati Uniti, la diffusione della fabbricazione seriale di arredamento con struttura metallica, soprattutto per soddisfare il grande sviluppo di un più efficiente e rinnovato settore del lavoro terziario, quello in ufficio, ma che trova il suo buon impiego anche nell'ambito della ristorazione (sempre più popolare), delle fabbriche e degli ospedali. In questo contesto, il mercato del contract è rimasto per decenni quasi invisibile, operando come un mondo interno all'arredo della casa fino ai primi degli anni Cinquanta. Le grandi strutture dell'accoglienza come ristoranti e hotel acquistavano le grosse forniture attraverso i più grandi negozi di arredamento o i grandi magazzini. Per accordarsi sull'acquisto della merce con i rivenditori, questi "clienti dei grandi numeri" firmavano un accordo commerciale di fornitura o contratto (in inglese contract), e da qui il nome di questo specifico settore di mercato. Il termine contract, che normalmente è legato al prodotto "non residenziale", definisce questo genere di transizione ancora oggi e distingue il relativo mercato da quello residenziale. Dopo la Seconda Guerra Mondiale e durante il boom economico postbellico, il contract

moderno inizia la sua fase di strutturazione e consolidamento negli Stati Uniti, a partire dal già avvenuto sviluppo e costruzione di grandi alberghi in tutto il territorio. Firme come la Nathan Strauss & Sons si dedicarono specificatamente alla fornitura d'arredo e complemento per alberghi, ottenendo una solida reputazione nel settore alberghiero e di ristorazione. Alcune imprese specializzate in certi prodotti d'arredo o materiali di rivestimento cominciarono a destinare spazi e prodotti speciali per i clienti dei "grandi numeri", come la Charles P. Cochrane Company, il produttore di tappeti e moquette che dedicò un intero piano della sua sede a New York per la vendita contract. Nel 1944, il grande designer Raymond Loewy disegnerà il loro Contract Department per la sede sulla 5th Avenue. Altre aziende con diversi prodotti legati agli interni si associarono invece per garantire ai propri clienti un'offerta più ampia, che coprisse maggiormente tutte le richieste. Alcuni nomi noti di negozi che negli Stati Uniti, durante gli anni Cinquanta, disponevano di tali dipartimenti per le vendite contract furono Mandel Bros. e la Carson Pirie Scott & Co. a Chicago; W. & J. Sloane a New York; Bon Marché a Seattle e Braker Bros a Los Angeles. Nell'ottobre 1954, la rivista *Interior Design* pubblicò un intero numero dedicato al contract: fu la prima volta che una rivista del settore dedicava un numero monografico agli interni non residenziali. La nuova sede del Merchandise Mart di Chicago, completata nel 1930, divenne il più grande dei grandi magazzini dell'epoca. Nel 1963, il Mart decise di ricollocare molti showroom di diverse aziende all'undicesimo piano. Il "Contract

Floor" – così venne chiamato – era un ambiente 'riservato' dedicato alla scelta dei prodotti per la definizione delle transazioni contract. A metà degli anni Sessanta, il fondatore e allora CEO della Shelby Williams e l'ideatore del "Contract Floor" del Mart Manfred Steinfeld, crearono, con il supporto del Merchandise Mart, la Contract Manufactures Association, che vantava circa 40 membri e aveva l'obiettivo di organizzare il mercato, stabilendo e adottando i primi standard e politiche dell'industria del contract. Lo stesso Steinfeld, sempre con il supporto del Mart, organizzò nel 1966 la prima fiera dedicata al settore, la First International Contract Exposition and Congress: InterCon 1, che sarebbe diventata nel 1969 la NeoCon, l'attuale fiera annuale dei prodotti per l'industria dell'arredamento contract, il più importante appuntamento fieristico del settore a livello statunitense e internazionale. A partire dagli anni Settanta del secolo scorso, il progetto contract si è sviluppato in diversi indirizzi, alcuni storici e altri emergenti nello scenario contemporaneo. Come abbiamo già accennato, gli ambiti in cui il contract è più presente sono quello dell'ospitalità, vale a dire: il settore alberghiero nelle sue varie declinazioni, che comprende anche lo speciale e importantissimo settore delle navi da crociera; quello commerciale, soprattutto per il *retail* delle grandi catene monomarca; quello del mondo terziario, inteso come i grandi palazzi per uffici, quali per esempio le sedi centrali e quelle periferiche, diffuse a livello planetario, delle società multinazionali; quello delle grandi strutture per il trasporto delle persone, quali gli aeroporti e





In questa pagina: sopra a sinistra, Merchandise Mart, Chicago, 1930 ca.; sopra a destra, cartolina con vista interna di una delle sale di accoglienza in The Nut Tree, a Vacaville, California, 1955 ca. In basso: una pagina pubblicitaria della linea di prodotti per l'ufficio "Allsteel" della General Fireproofing Co. mostra gli uffici della



Alex McMillan Company a Knoxville TN, Stati Uniti, 1926. Pagina a fronte: in alto a sinistra, vista di scorcio della zona living e dining ricavata all'interno dell'appartamento Lago Real Estate di Bari i cui interni sono stati curati da Lagostore Bari e Lago Space Il Chiodo, 2012-2013; in alto a destra, una vista interna della lobby del Conservatorium

Hotel, realizzato ad Amsterdam nel 2012 su progetto di Piero Lissoni, in cui emerge, al centro dello spazio il cubo di vetro destinato alla brasserie. In basso: pubblicità di "Harrods Contract Department at Knightsbridge", pubblicato su *Architectural Review* nel 1966



■ Opposite page: top left, Merchandise Mart, Chicago, c. 1930; top right, a postcard showing the interior of The Nut Tree in Vacaville, California, c. 1955; bottom, ad for the Allsteel office range by General Fireproofing Co., showing the offices of the Alex McMillan Company in Knoxville TN, United States, 1926. This page: above left, the living and dining areas in the Lago Real Estate



apartment in Bari with interior design by Lagostore Bari and Lago Space Il Chiodo, 2012-2013; above right, the lobby of the Conservatorium Hotel, in Amsterdam, designed in 2012 by Piero Lissoni and featuring, in the centre, a glass cube brasserie. Bottom: advertisement for the Harrods Contract Department, Knightsbridge, published in *The Architectural Review* in 1966

le stazioni ferroviarie e marittime; quello dei grandi spazi istituzionali e culturali come musei, teatri, sale concerto, centri congressi e così via. Recentemente, comprende anche il mondo della casa, inteso come la possibile integrazione di sistemi d'arredo già predisposti in nuovi complessi immobiliari: un programma che appare oggi come la prossima frontiera su cui si stanno confrontando alcuni settori del contract più tradizionalmente legati anche allo spazio domestico, dove nuovi operatori del settore si stanno presentando e nuovi assi trasversali di cooperazione si vanno prospettando. Questo scenario in continua evoluzione ci porta quindi a considerare il contract, in quanto progetto integrato con soluzioni "chiavi in mano" di prodotti e servizi per la realizzazione coordinata di interni, come uno dei potenziali fattori più propulsivi e dinamici delle strategie di rifunzionalizzazione e rinnovamento dei grandi sistemi di servizi, e non solo, del paesaggio urbano. ④

## THE CHANGING CONTRACT SECTOR

The definition of contract is not always the same on an international level. For some, it is essentially the coordinated project of furnishings for interiors and, in particular, a way to manage a precise programme of timing which brings together the design of made-to-measure parts with various mass-produced elements. For others, contract is, above all, a system, an integrated package of products and services which are organised and predisposed for the completion of the furnishing and fitting of an interior, generally intended for certain sectors. These are two approaches which are, all things considered, similar in terms of objective and result. However, upon closer examination, they are expressions of two different schools of thought: in the first, we can principally see an Italian style as well as a number of other European experiences, such as certain Scandinavian approaches; the second is identified above all by Anglo-German models, in particular American, but also Oriental, from Japanese to Chinese. Currently, regardless of such differences in approach, the definition of contract as "turn-key solutions" – as the sector researcher Nydia Urdaneta Falcon reminds us – can be considered the closest to that which we now know and, in general, expect to find in this sector: not only the supply of products but also a complete service including transportation and installation, as well as a number of after-sales services. It is an integrated managerial and production system for the

installation of surface finishes, furniture and FF&E (Furniture, Fixtures and Equipment) for large-scale projects destined for communities and the hospitality sector. Returning to the two differing schools of thought regarding the contract project, one observes that, in Italy and most of Europe, it is quite common for projects in this sector to have important components regarding creativity and problem-solving: often, a fundamental requirement is that the company dealing with production also takes care of resolving technical and construction details. In such cases, it is the components of design, creativity and craftsmanship which prevail as an added value in the contract, in the unique, high-quality objects proposed and produced specially for very high-level projects for prestigious and often commercial spaces (boutiques, hotels, spas, transatlantic cruise liners etc.), cultural institutions, high fashion retail and yachting. In English-speaking countries, however, the contract concept is very different. The main focus is on projects for offices in general and, in particular, for large corporations although those for the hospitality community are also of importance. In this sense, in projects and products for contracts in these contexts, above all in those of the American school, there is a prevalence of systemic proposals which favour methodological solutions offering modular systems from catalogues with, at most, some moderate adaptations; solutions which, all things considered, are the most suitable for large office buildings, hotel chains and restaurants, as well as retail outlets for a number

of important brands. Whether it is a project destined for the United States, Europe or Asia, there are precise characteristics which distinguish it as a contract, not only that it is a unique, made-to-measure project or that it is created for hospitality or retail, or that it is developed for thousands of square metres. The prevailing feature is always the managerial and organisational aspect, in short, the methodological structure of the project interface. In such cases, supply and service can be adapted to any kind of request. What is generally defined as supply for a contract can be sub-divided into three types: furniture, integrated furnishing systems (partitions, false ceilings, floating floors, modular panelling etc.) and made-to-measure furnishings. The history of contract projects is naturally highly interwoven with the whole story of furniture design, above all with regards to the evolution of all inhabited spaces, both domestic and non-, the cornerstone of renewed architectural types which, since the 19<sup>th</sup> century, have been the cause and effect of the new physical and symbolic dimensions of modern cities. We lack the sufficient space here to retrace the history of furniture design which, from the 18<sup>th</sup> century, began to be offered through catalogues for combined and coordinated systems and led to the figure of the interior designer, defined (first in France in the 19<sup>th</sup> and 20<sup>th</sup> centuries) with the term *ensemblier*, literally translated as "assembler" and which in reality corresponds to that commonly referred to as an "interior designer", often combined in that context with the role of "decorator". This

history, beginning with Percier et Fontaine – and their *Recueil de Décorations Intérieures*, 1801 – through the particular development of "Biedermeier style" in the first half of the 19<sup>th</sup> century, allows us to understand the important role later of Thonet's production, above all at the end of the 19<sup>th</sup> century, in the development of this programme in commercial spaces for hospitality and the community. In this sense, the chair and the system of a large number of models of Thonet production can be considered a contract catalogue *ante litteram*. At this point, for our historical examination, two important phenomena emerged in the last decade of the 19<sup>th</sup> century: on the one hand, the important role of department stores in the management of furnishings for large-scale commissions in Europe; on the other, the spread of mass-produced furniture with metal structures in the United States, primarily to satisfy the major development of a more efficient and renewed service sector, not only offices but also restaurants (ever more popular), factories and hospitals. In this context, the contract market remained invisible for decades, operating as an entity within home furnishing up to the beginning of the 1950s. Large-scale hospitality structures such as restaurants and hotels purchased their copious supplies through the leading furniture shops or from department stores. In order to agree on the purchase of merchandise with distributors, these "large-scale clients" signed commercial supply agreements or "contracts", which led to the naming of this particular sector of the

market. The term contract, which is normally linked to a "non-residential" product, still defines this type of transaction today and distinguishes its market from the residential one. In the post-war period, during the economic boom, the modern contract sector entered the phase of structuring and consolidation in the United States, beginning with the development and construction of grand hotels throughout the country, already underway in that period. Names such as Nathan Strauss & Sons were specifically dedicated to the supply of furnishings and fittings for hotels, earning a solid reputation in the hotel and restaurant sector. A number of companies specialising in certain furnishing products or materials for surfaces began to assign special spaces and products to large-scale clients; one was the Charles P. Cochrane Company, a carpet and rug producer which dedicated an entire floor of its New York offices to contract sales. In 1944, the famous designer Raymond Loewy designed the Contract Department for their 5<sup>th</sup> Avenue offices. Other companies with various products linked to interiors joined forces to offer their clients a wider range which better responded to all their demands. Several well-known names in 1950s' America offering such departments for contract sales were Mandel Bros. and Carson Pirie Scott & Co. in Chicago; W. & J. Sloane in New York; Bon Marché in Seattle and Braker Bros in Los Angeles. In October 1954, the magazine *Interior Design* published an entire issue on contract design, the first time a specialist magazine dedicated a whole issue to non-residential interiors. The new branch of the Merchandise

Mart in Chicago, completed in 1930, became the biggest department store of the time. In 1963, the Mart decided to relocate many showrooms of various companies to the 11<sup>th</sup> floor. The "Contract Floor" – as it was called – was a "reserved" area given over to the selection of products for contract transactions. In the second half of the 1960s, the founder and then CEO of Shelby Williams and the creator of the "Contract Floor" for the Mart, Manfred Steinfeld, with the support of the Merchandise Mart, set up the Contract Manufacturers' Association, which boasted around 40 members and aimed to organise the market, establishing and adopting the first standards and policies for the contract industry. In 1966, Steinfeld, as always with the support of the Mart, also organised the first trade fair for the sector, the "First International Contract Exposition and Congress: InterCon 1", which was to become, in 1969, NeoCon, the current annual fair of products for the

Contract furnishing industry, the most important appointment in the trade fair calendar in the USA and internationally. Since the 1970s, contract projects have developed in various directions, some traditional as well as other up-and-coming ones on the contemporary scene. As already mentioned, the fields in which contracts are most present are those of hospitality, or rather: the hotel sector in all its forms, including the special and very important cruise liner sector; the commercial sector, primarily for the retail chains of leading brands; the service sector, seen as large office buildings, including both headquarters and branches of multinational companies, spread around the globe; that of large structures for passenger transportation, such as airports, train stations and maritime ports; large institutional and cultural spaces such as museums, theatres, concert halls, congress centres and so on. Recently, the residential world has been included, for the potential integration of readymade furnishing systems into new housing complexes, a programme which nowadays appears to be the next frontier and the focus of a number of contract sectors more traditionally tied to the domestic sector, with new operators emerging and new forms of cooperation on the horizon. This scenario of continuous evolution leads us to reconsider contract design, seen as an integrated project with turn-key solutions for products and services for the coordinated creation of interiors, as one of the potentially most driving and dynamic factors in strategies for the change of use and renovation of large-scale service systems and more on the urban landscape. ④

