

Rassegna del 25/02/2010

ECONOMY - I mobili da giardino dei grandi diventano le casette dei piccoli - M.C.V.	1
LIBERO QUOTIDIANO - Economia & ecologia in risposta alla crisi - ...	2
SOLE 24 ORE NÒVA - Una vita da design - De Poorter Christian	3

GRAND SOLEIL, CANNETO SULL'OGGIO

I mobili da giardino dei grandi diventano le casette dei piccoli

■ Guadagnare realizzando casette e tavolini da giardino in plastica da bimbi. È possibile, soprattutto se si ha alle spalle un'azienda che produce le stesse cose, per i grandi. È il caso di **Grand Soleil**, mobili e giocattoli da giardino, che ha chiuso il 2009 con un fatturato globale di 58 milioni di euro (+7%), di cui 11 milioni della divisione giocattolo.

Ma le cose non sono andate sempre così bene al brand mantovano, nato nel 1963 come produttore di giocattoli, che solo dagli anni Settanta ha diversificato l'offerta col mobile da giardino. Nel 2000, poi, i fondatori, la famiglia Graziosi, hanno venduto l'azienda alla **Gio' Style** (casalinghi), che a sua volta l'ha ceduta al gruppo **Igap**, che commercializza arredamento per esterni. Dal 2005 l'azienda è in crescita e oggi dà lavoro a 140 dipendenti addetti alla produzione sia di giocattoli che di mobili. La produzione di giocattoli è rea-

lizzata al 60% nello stabilimento di Canneto sull'Oglio (Mantova), poi c'è una parte di giochi (carrozine, passeggini giocattolo o calcetti in legno), che viene importata da Cina e Israele.

Da due anni il marchio è tra i leader di mercato nei giochi all'aperto, in modo particolare con la casetta **Happy House**, di cui si vendono circa 15 mila esemplari l'anno sui 30 mila prodotti da Grand Soleil. Per il periodo natalizio, invece, già da quattro anni, è in pole position con la riproduzione giocattolo delle cucine **Scavolini** (anch'esse vendute in 30 mila pezzi, sulle 60 mila cucine prodotte), cui è collegata anche un'iniziativa benefica. E il futuro? «Lo sviluppo avverrà grazie al legame fra prodotti storici e marchi famosi del mondo dei bambini, tramite l'utilizzo di licenze» dice Massimo Storti, responsabile dell'area giocattolo. Da qualche mese, infatti, Barbie è comparsa su una casetta, un dondolo, uno scivolo e un set tavolino-seggiole, mentre l'azienda ha appena definito un accordo con **Walt Disney** per realizzare una cucina con l'immagine dell'orsetto **Winnie the Pooh**.

Come accade per la maggior parte delle aziende di giocattoli, soprattutto quelle che vendono prodotti di grandi dimensioni, Grand Soleil realizza la maggior parte del fatturato (in questo caso il 45%) nella grande distribuzione organizzata e un altro 20% proviene dall'unica grande catena di negozi di giocattoli presente in Italia, i **Toys center**. Il resto viene venduto negli esercizi commerciali al dettaglio e ai grossisti. (m.e.v.)



Una cucina Scavolini in miniatura: lo scorso anno Grand Soleil ne ha venduti 30 mila pezzi.

Torino capitale dell'arredo

Economia & ecologia in risposta alla crisi

■ ■ ■ Mentre Milano è ancora impegnata a presentare le nuove tendenze per la moda e gli accessori del prossimo inverno, Torino è pronta a diventare per dieci giorni capitale dell'arredo casa. Dal 27 febbraio al 7 marzo, il Lingotto Fiere ospiterà la 47ª edizione di Expocasa, una delle più importanti fiere delle idee per abitare in Italia. «Con i suoi 40.000 metri quadrati di superficie espositiva e 400 aziende presenti, Expocasa è di gran lunga la manifestazione più completa e visitata dell'area Nord-Ovest della Penisola, senza nulla togliere al Salone del Mobile - spiega Nadia Bosia, responsabile manifestazioni dirette di Lingotto Fiere - . A differenza della fiera milanese, la nostra manifestazione è dedicata al consumatore finale, a chi vuole arredare la prima casa o rinnovarla e non solo agli operatori». Aziende come Berloni, Scavolini, Snaidero, Moroso, Calligaris, Le Fablier (solo per fare qualche nome), presenteranno le loro proposte per vivere la casa in tre diversi padiglioni: uno dedicato all'arredamento classico, uno al gusto moderno e infine il terzo che ospita le cucine. Ma la vera novità sarà il progetto BeEco, iniziativa creata per far emergere giovani talenti creativi del design e dare visibilità a progetti inediti ed eco-compatibili che andranno a comporre "Il Villaggio del Design". In questo spazio verranno ospitati 100 giovani designer under 35 alle prese con il tema BeEco, ovvero l'ECONomia, l'ECOLOGIA e l'ECO-multifunzionalità degli oggetti come risposta del design alla crisi economica. Il concept BeEco è stato inoltre esteso ad artigiani e aziende capaci di applicare modalità produttive attente all'eco-sostenibilità, al riciclo e all'utilizzo di materie prime locali. «Proprio per sottolineare la nostra attenzione al tema, abbiamo deciso di creare per la domenica ecologica del 28 febbraio, un Ecoticket, ossia un biglietto ridotto del costo di 2 euro, per visitare la fiera - sottolinea Bosia - . Di solito il primo weekend è quello più visitato e non vogliamo che il blocco del traffico possa scoraggiare i visitatori». La scorsa edizione ha registrato nei dieci giorni di fiera 52.000 visite, che secondo le previsioni del Lingotto dovrebbero aumentare, grazie ai forti investimenti fatti nella comunicazione, con una massiccia campagna pubblicitaria, e a sponsor come Banca Intesa-Sanpaolo. E come dimenticare i novelli sposi, che in questo settore sono tra i clienti più numerosi. E per chi volesse strafare Intesa Sanpaolo offre la possibilità di sottoscrivere un prestito personale ad un tasso fisso agevolato del 7,90%. A dispetto della crisi del mattone.



UNA **vita** DA DESIGN

Un approccio olistico e una visione di lungo periodo per il quotidiano alla base della strategia di Braun

«**D**esign changes lives». Con questo motto la Braun ha aperto le porte della sua sede di Kronberg, vicino a Francoforte, per celebrare la 17ª edizione del BraunPrize, il suo affermato premio internazionale di design. Tutta la storia della Braun è legata a quella dell'industrial design moderno. Fondata da Max Braun a Francoforte, nel 1921, la Braun sotto la direzione di Fritz Eichler, nel 1954 inizia la collaborazione con l'Hochschule für Gestaltung, la celebre scuola di design di Ulm ereditiera del Bauhaus. Questo rapporto segna l'introduzione del design funzionale e l'inserimento di Dieter Rams. Tutti i prodotti Braun dovevano avere un design semplice e chiaro, essere di facile utilizzo e tecnicamente perfetti in ogni dettaglio.

Nel 1967, Braun diventa una consociata dell'americana Gillette e attualmente fa parte della multinazionale statunitense Procter & Gamble. Figura di riferimento dell'industrial design mondiale, Dieter Rams ha presidiato il design della Braun dal 1961 al 1995, influenzando intere generazioni di giovani designer e legando il suo nome alla storia dell'azienda tedesca, con una serie di prodotti memorabili come giradischi, impianti hi-fi, radio, elettrodomestici e calcolatrici, che popolano i più famosi musei del mondo, a partire dal Moma di New York. Il suo approccio al design e la sua filosofia che si riassume in «Less but better» una variante del celebre «Less is more» dell'architetto Mies van der Rohe, ne fa uno dei

più eminenti e influenti designer industriali del dopo guerra.

Il segreto della longevità del suo design? Per Rams «il buon design deve essere onesto, e non ha niente a che vedere con la moda. I designer devono essere sempre un passo più avanti del proprio tempo, e rimettere in discussione tutto». Durante la sua permanenza alla Braun, Dieter Rams ha instaurato i suoi dieci comandamenti: il buon design deve essere innovativo, utile, estetico, facilmente comprensibile, discreto, onesto, durevole, curato nei minimi particolari, rispettoso dell'ambiente e minimalista.

Il vicepresidente Markus Strobel ha illustrato l'attuale filosofia di progettazione della Braun, che privilegia un approccio olistico, con una visione d'insieme delle cose. Per Strobel «il design è un valore senza tempo» rilevando la necessità di tornare all'essenziale e ridurre la complessità, perché «il consumatore è il punto di partenza e d'arrivo di tutti i nostri sforzi». Secondo Strobel «il designer del futuro dovrà attuare una sottile combinazione creativa tra il materiale e l'immateriale, e ideare interfacce seduttive». Nella sede di Kronberg, l'emersione dei possibili futuri trend di design, colori, superfici, materiali e tecnologie emergenti dei prossimi prodotti Braun, è affidata al Design Future Lab, che punta a comprendere e interpretare i comportamenti mutevoli dei consumatori. Il Future Lab può contare su una vasta varietà di fonti di informazione. Nel reparto ricerca & sviluppo e design, è in corso di studio uno "specchio magico", ispirato a

quello di Biancaneve, collegato a internet, che consente, per esempio, agli uomini di potersi vedere con la barba di più giorni e alle donne di provare diversi tipi di acconciature e look alternativi. Nei progetti futuri spunta anche un rasoio portatile che si apre sul concetto del tradizionale rasoio da barbiere: lo spot è già pronto!

Christian de Poorter
www.depoorterdesign.it

© RIPRODUZIONE RISERVATA

VENTILATORE SENZA LE PALE

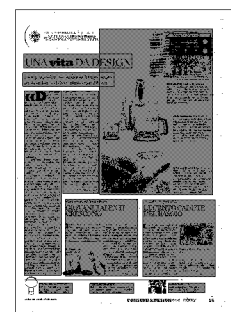
Il Dyson Air Multiplier, primo ventilatore senza pale, è 15 volte più efficiente. In Italia nel 2011.

TI PETTINO CON LO IONE

Pettinatura originale con la spazzola Satin Hair Iontec di Braun: elimina l'elettricità statica con la tecnologia a ioni.

FIAMMA DI GHIACCIO

La torcia olimpica di Vancouver, che evoca una lastra di ghiaccio, è opera dalla canadese Bombardier.



>idee>concorsi>BraunPrize

GIOVANI TALENTI CRESCONO

Il BraunPrize è uno dei premi di design internazionali più famosi e più ambiti al mondo, per serietà e livello professionale delle proposte. Creato dai fratelli Erwin e Artur Braun nel 1968, ha incontrato da allora il plauso mondiale, ed

è riconosciuto dall'International Council of societies of industrial design (Icsid). La 17ª edizione del 2009 ha attirato un numero record di partecipanti, con 1.074 progetti provenienti da ben 54 paesi. Il concorso aperto a studenti e laureati dei corsi di design industriale, intende promuovere giovani talenti e farli conoscere al grande pubblico. Dalla lavatrice portatile all'apparecchio per controllare l'ovulazione, dallo strumento per il monitoraggio dei movimenti oculari, fino al robot demolitore, le proposte hanno lo scopo di migliorare la vita quotidiana. (ch.d.p.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Robot demolitore.

Uno dei progetti finalisti

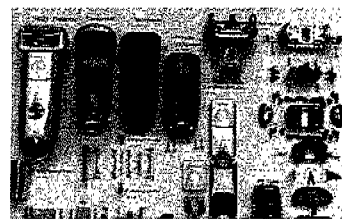


>prototipi>test>qualità

LE CENTO CADUTE DEL RASOIO

Il fero da stiro percorre ben 350 chilometri prima del lancio, il bollitore fa bollire 10 mila litri d'acqua in sei settimane, mentre i rasoi elettrici devono subire ben cento cadute successive da 80 centimetri di altezza: sono alcuni dei test severi praticati sui prodotti, nella ricerca spasmodica della qualità e dell'affidabilità. Il Centro di innovazione qualitativa, svolge analisi tecniche come ad esempio nel laboratorio di tomografia computerizzata: la T.c dei prodotti, consente di vedere l'interno senza smontarli.

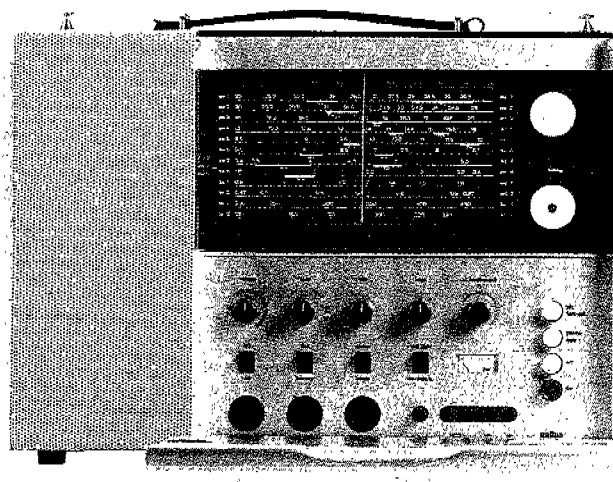
I rasoi elettrici subiscono una serie di test, come la misurazione dell'irritazione della pelle, tramite l'identificazione di tagli sangui-



Miniature. Il rasoio Pulsonic in 370 pezzi.

nanti, con il Laser Doppler Imager. Dermatologi, dentisti, microbiologi, collaborano alla continua ottimizzazione della qualità dei prodotti. (ch.d.p.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Suoni satinati dal mondo. Il Radioricevitore T1000 del 1963 progettato da Dieter Rams, icona del raffinato design minimalista e funzionalista della Braun, anticipa i tempi utilizzando l'alluminio satinato. È in grado di ricevere tutte le stazioni radio del mondo, e il suo sportello frontale si richiude proteggendo i comandi: un capolavoro che rimane tutt'ora molto apprezzabile.



Che bel mestiere fare il pasticciere. Il Minipimer Patisserie è l'evoluzione dei prim robot da cucina Braun del 1958. Questo frullatore a immersione multifunzioni modulare vanta un'estrema facilità d'uso per qualsiasi tipo di ricetta, e occupa poco spazio. Il gambo col motore viene applicato di volta in volta ai vari accessori per frullare, tritare, montare, affettare, grattugiare e impastare.



La Mercedes dei rasoi. Il rasoio Pulsonic durante le fasi di studio nel reparto design: schizzi e primi modelli in schiuma di poliuretano espanso, prima della simulazione in 3D al computer e dei primi prototipi formali per i test consumatori. Considerati «La Mercedes dei rasoi», i rasoi elettrici a lamina vantano ben otto milioni di esemplari venduti dal primo brevetto Braun Sixtant del 1962.