



COMPETITIVITÀ

IL CONTRACT DIVENTA SU MISURA

DI NICOLE BOTTINI

Il mondo del B2B si trasforma, rispondendo ai cambiamenti degli stili abitativi e ricettivi. Dai mobili per l'hospitality, alle soluzioni retail e al terziario fino al residenziale con nuove forniture chiavi in mano

Il settore del contract rappresenta per le aziende del design made in Italy un segmento particolarmente importante come veicolo per le vendite. Secondo una recente analisi di FederlegnoArredo, le imprese che operano in questo mondo sono aziende prevalentemente posizionate nella fascia alta o lusso del mercato e aperte ai mercati internazionali, sia europei sia extraeuropei, segno che il contract si caratterizza intrinsecamente con lo stile italiano di alta qualità. Come nel caso del Lincoln square, il nuovo lussuoso sviluppo residenziale a Londra: 221 appartamenti su dieci piani, per il quale Lema, azienda brianzola di sistemi modulari, ha curato la fornitura di tutti gli armadi su misura, tutti i mobili, le boiserie e gli specchi dei bagni. «Lema UK, grazie alla presenza diretta su Londra, ha sviluppato negli ultimi anni un network privilegiato con developer, contractor e studi di architettura», ha dichiarato Angelo Meroni, presidente dell'azienda.

La sfida dunque è tutta qui: per essere competitivi sui mercati, design e prodotto non sono più sufficienti. Ormai quello che fa la differenza è il servizio: è necessario essere in loco con persone, stabilimenti produttivi e con certificazioni in linea con le necessità del mercato. Spesso poi le figure chiave sono proprio i progettisti, che scelgono di collaborare con le aziende italiane per la loro capacità manifatturiera unica al mondo. Come Philippe Starck, che per La Réserve Eden au lac hotel a Zurigo,

ha scelto Tubes radiatori, azienda veneta attenta a design e tecnologia, proprio perché è stata in grado di garantire l'alta capacità di customizzazione. Sono poi molti i progettisti che operano quasi esclusivamente in questo settore. Come Matteo Nunziati, designer bolognese specializzato nella progettazione di luxury hotel, spa e progetti residenziali. «La qualità richiesta in un progetto di eccellenza è essenziale», ha detto Nunziati, «e scegliere chi è in grado di realizzare i nostri disegni in modo ineccepibile - anzi, a volte consigliandoci la strada migliore da intraprendere per ottenere il risultato estetico e tecnico che cerchiamo - è di assoluta importanza. Nei numerosi lavori realizzati in questi anni ci siamo sempre affidati ad aziende italiane di qualità, che ci hanno accompagnato con la loro esperienza, organizzazione e abilità».

Anche lo studio Vudafieri Saverino partners, atelier con base a Milano e Shanghai, si occupa di progetti retail, hôtellerie e ristoranti. Ogni spazio progettato esprime la stretta relazione tra i valori del cliente e quelli del contesto, creando una meticolosa composizione di forma e funzione, segno e dettaglio. Tra gli ultimi progetti, il concept mondiale degli store Delvaux, la più antica maison di pelletteria di lusso al mondo, o Spica, ristorante a Milano dove la cucina propone un viaggio attraverso le cucine del mondo, che si riflette nel progetto di interior, con suggestioni asiatiche che si combinano a richiami al design meneghino del XX secolo. (riproduzione riservata)



ANALISI

IL CODICE ITALIANO ALLARGA GLI ORIZZONTI

Il comparto cresce del 5% all'anno, con in testa i segmenti residential e retail. Si fa largo anche l'education, con scuole e università di fascia premium. E Ice sostiene le pmi sul territorio

Il segmento del contract è quello in maggiore sviluppo all'interno del mercato mondiale del design alto di gamma, con un tasso di crescita medio annuo che si aggira intorno al 5-6%. Il mercato di destinazione delle imprese italiane è in prevalenza estero (quasi il 70%), dove l'Europa è di fatto ormai considerata un mercato unico, con il quale si dialoga agevolmente, grazie alla mancanza di frontiere e alla condivisione di cultura e atteggiamenti, anche di business. In testa ai Paesi europei ci sono Francia, Germania e Regno Unito, mentre Oltreoceano sono gli Usa a giocare il ruolo principale, seguiti da Cina e Medio Oriente, che crescono molto rapidamente. I canali in maggior sviluppo sono il residential e il retail, anche grazie a driver

strutturali come la crescita del residenziale alto di gamma nei Paesi asiatici, dove gli appartamenti di lusso vengono consegnati «chiavi in mano», completamente accessoriati. Altro canale in grande crescita è quello dell'education, con scuole e università che offrono sempre più spesso strutture premium; stessa tendenza per il settore degli anziani, con residenze e abitazioni di lusso pensati ad hoc per questa fascia di popolazione. «In Italia oggi ci sono aziende che hanno scelto il contract come unica area di business», ha detto Claudia D'Arpizio, partner Bain & Company, che tiene un osservatorio permanente relativo al mondo del design su 500 player mondiali solo della fascia alto di gamma in 30 Paesi, «specializzandosi nella produzione

di ciò che viene chiamato "resimercial", prodotti adatti sia per uffici sia per uso domestico, ma che vengono venduti solo attraverso il canale contract B2B. Questo è di certo uno dei business più interessanti e più in crescita del settore». Ne è un esempio Arper, azienda trevigiana che destina l'80% del suo fatturato proprio al contract. Per i Paesi extraeuropei però, non tutte le aziende italiane, che sono per definizione medio piccole, riescono a servire questi canali efficacemente. Per questo, nel 2010 è nato il portale *contractitaliano.it* di Ice-Agenzia, con l'obiettivo di promuovere all'estero la filiera contract italiana, dando un supporto operativo dedicato per le PMI dei segmenti arredamento ed edilizia. (riproduzione riservata)

SOPRA, UNO DEGLI INTERNI PROGETTATI DA LEMA PER IL COMPLESSO RESIDENZIALE DI LINCOLN SQUARE A LONDRA

CONTRACT BECOMES TAILORED

The contract sector represents a particularly important segment for Made in Italy design companies as a sales vehicle. According to a recent analysis by FederelegnoArredo, companies operating in this world are mainly positioned in the high-end or luxury segment of the market and open to international markets, both European and non-European, a sign that contract is intrinsically characterized by high quality Italian style. In the case of Lincoln square, the new luxury residential development in London: 221 apartments on ten floors, for which Lema, a Brianza-based company of modular systems, has taken care of the supply of all the custom-made wardrobes, as well as all furniture, boiserie and mirrors in the bathrooms. "Lema UK, thanks to its direct presence in London, has developed a privileged network with developers, contractors and architectural firms in recent years", said Angelo Meroni, President of the company. So the challenge is all here: to be competitive in the markets, design and product are no longer sufficient. What makes the difference now is the service: you need to be on-site, with people, production facilities and certifications in line with market needs. Often the key figures are the designers, who choose to collaborate with Italian companies for their unique manufacturing capacity. Like Philippe Starck, who for La Réserve Eden au lac hotel in Zurich, chose Tubes radiators, a company from Veneto that pays attention to design and technology, precisely because it was able to guarantee a high capacity for customization. There are also many designers who operate almost exclusively in this sector. Like Matteo Nunziati, designer from Bologna specialized in the design of luxury hotels, spas and residential projects. "The quality required in a project of excellence is essential," said Nunziati, "and choosing who is able to create our designs in an impeccable way - indeed, sometimes advising us on the best way to achieve the aesthetic and technical result we are looking for - is of absolute importance. In the numerous works carried out in recent years we have always relied on quality Italian companies, who have accompanied us with their experience, organization and skills". Studio Vudafieri Saverino partners, atelier based in Milan and Shanghai, also deals with retail projects, hotellerie and restaurants. Each designed space expresses the close relationship between the client's values and those of the context, creating a meticulous composition of form and function, sign and detail. Among the latest projects, the world concept of Delvaux stores, the oldest luxury leather goods house in the world, or Spica, a restaurant in Milan where the kitchens offers a journey through the design, with Asian suggestions that combine with references to 20th century Milanese design.

承包行业迈向个性化定制化

对于意大利设计公司来说，承包行业作为一种销售工具，是非常重要的领域。根据意大利木业家具联合会（FEDERLEGNOARREDO）最近的一项分析显示，在该行业运营的企业主要定位于奢华高端市场，向国际市场开放，包括欧洲和非欧洲国家。标志着承包行业的本质就是高品质的意大利风格。其中的一个例子就是伦敦林肯广场上的新豪华住宅项目：布里安扎的模块化家具公司LEMA承包了十层楼中221套公寓的所有定制衣柜、家具、护墙板和浴室的镜子。公司总裁ANGELO MERONI表示：“凭借其在伦敦直属办事处，LEMA UK公司近年来已与开发商、承包商和建筑师事务所建立了一个优先网络。挑战就在于此：想在市场上具有竞争力，设计和产品已不再足够。如今，区别在于服务：必须在当地雇佣人员和建立工厂，还需具备符合市场需求的认证。然后还有设计师，他们通常是项目中的关键人物。因意大利企业全球独一无二的制造能力而选择与合作。如设计师PHILIPPE STARCK：他在苏黎世LA RESERVE EDEN AU LAC酒店项目中选择与注重设计和技术的企业合作。TUBES RADIATION合作是因为后者具有极高的定制能力。有很多设计师几乎只为该行业服务。如专门设计豪华酒店、水疗中心和住宅项目的博洛尼亚设计师MATTEO NUNZIATI。“在顶级项目中，质量至关重要”。NUNZIATI说道，“而选择能够完美地将我们的设计付诸实现的合作伙伴也同样重要。有时候，他们甚至可以提供更好的建议，以期获得我们所寻求的美观和技术性。这才是重中之重。在这些年来完成的项目中，我们一直与优秀的意大利公司合作，让他们的经验、组织能力和技能陪同我们前行。在米兰和上海均设有办事处的VUDAFIERI SAVERINO PARTNERS工作室也负责零售业、酒店和餐厅的项目。他们设计的每个空间都表达出一种客户价值与环境价值紧密相连的关系，打造出形状与功能、标志与细节的巧妙组合。最近完成的项目包括DELVAUX精品店和米兰餐厅SPICA的室内设计，前者是全球最古老的精美皮具品牌，后者提供的菜肴能够让客人体验一段全球美食之旅，这一特点也体现在其室内设计中，将亚洲风格与二十世纪米兰设计感相结合。

THE ITALIAN CODE ENLARGED THE HORIZONS

The contract segment is the fastest growing in the high-end design market worldwide, with an average annual growth rate of around 5-6%. The destination market for Italian companies is mainly foreign (almost 70%), where Europe is now in fact considered a single market, with which it is easy to dialogue, thanks to the lack of borders and the sharing of culture and attitudes, including business. Leading the Old continent countries are France, Germany and the United Kingdom, while overseas it is the US that plays the main role, followed by China and the Middle East, which are growing very rapidly. The most developed channels are residential and retail, also thanks to structural drivers such as the growth of high-end residential in

INTERVIEW

Massimo Perotti, executive chairman di Sanlorenzo:
«Per raccontare in modo diverso la nautica, è necessario incominciare a guardare lontano»

Sanlorenzo è indubbiamente legato al mondo dell'arte e del design. Perché?

La nautica è stata per decenni un mondo molto chiuso in sé stesso. Sanlorenzo ha così capito che, per raccontare un modo diverso di vivere il mare e uscire da una cristallizzazione che teneva scollegata la nautica dalle correnti linguistiche del nostro tempo, era quindi necessario aprirsi a nuovi linguaggi creativi. Questo ci ha permesso di dimostrare in modo efficace come la progettazione nautica sia un mondo creativo vivace e in continua evoluzione.

Ha pensato a un'art direction attingendo al mondo del design, con il compito di ripensare lo stile del brand...

Ho ritenuto importante che tutto il lavoro portato avanti a livello di prodotto e di collaborazioni coinvolgesse l'azienda a 360° e quindi anche il nostro modo di presentarci. Avere Piero Lissoni come art director ci ha permesso di darci una nuova immagine, chiara, ben definita ma soprattutto coerente, a partire dal progetto dei nuovi stabilimenti ad Ameglia e La Spezia, agli stand in fiera, al sito web, fino alle foto e ai cataloghi. È stato per noi un passo fondamentale, che ha riconfermato una scelta di rotta ben precisa.

Da dicembre 2019 Sanlorenzo è quotata in borsa.

Quali i numeri in termini di crescita e fatturato?
I risultati approvati oggi confermano il raggiungimento dei target indicati in fase di Ipo, posizionandosi nella fascia alta delle previsioni. I ricavi netti derivanti da nuovi yachts si sono attestati a 455,9 milioni di euro, l'ebitda ammonta a 60 milioni di euro, mentre l'ebitda rettificato ha raggiunto i 66 milioni e un utile di 27 milioni di euro. (riproduzione riservata)



«**IN ASSARREDO STIAMO LAVORANDO PER AIUTARE I NOSTRI PRODUTTORI AD ANDARE OLTREOCEANO. IN CIMA ALLE PRIORITÀ, C'È IL TEMA DELLE CERTIFICAZIONI: DI PRODOTTO, MA ANCHE E SEMPRE PIÙ AMBIENTALI, UN PASSAPORTO PER ACCEDERE A MERCATI E SEGMENTI RILEVANTI PER IL CONTRACT»**

CLAUDIO FELTRIN, PRESIDENTE ARPER E ASSARREDO
(FOTO GIOVANNI GASTEL)



CASE_HISTORY

NASCE IL PRIMO DISTRETTO DEDICATO AL REAL ESTATE

Con un nuovo business model, Milano Contract District ha rivoluzionato il mondo legato ai progetti residenziali, integrando l'intera filiera del Design System con i processi costruttivi e di vendita del settore



Milano Contract District è l'innovativa design platform che, attraverso uno spazio polifunzionale nel cuore di Milano completamente dedicato al real estate, ha riunito una selezione di brand di interior e dell'home design con un obiettivo chiaro: integrare sotto un'unica regia il processo arredativo e di fit-out con quello delle costruzioni residenziali. Insignito di vari riconoscimenti, tra cui la Menzione d'onore del Compasso d'oro 2018, il District porta ai professionisti del settore – operatori del real estate, i loro clienti e le imprese – un pacchetto di soluzioni e servizi «chiavi in mano»: dall'ideazione alla progettazione, dal marketing fino alla fornitura di progetti customizzati, grazie al coordinamento professionale e diretto di risorse dedicate per ogni fase, sia del progetto sia del cantiere. Nel 2018 è stato lanciato anche More+Space, il primo modello di business Design&Build dedi-

cato al residenziale, che offre soluzioni di progetto, di layout e di interior pensate per ottimizzare l'uso dello spazio, soprattutto quando ridotto. Grazie a innovativi approcci, che integrano fin dal principio soluzioni dinamiche di arredo, nasce così la possibilità di destinare gli spazi di casa a differenti utilizzi: nutrimento, relax, lavoro, riposo. Tra i nuovi servizi proposti, l'offerta al cliente di un'agenda per gestire la fase di scelta di personalizzazione della casa in modo unico ed esperienziale. Una tecnologia digitale con la quale si possono consultare da remoto tutte le informazioni sulla propria abitazione, dal compromesso al rogito – e anche successivamente – con una piattaforma di customer service dedicata; l'offerta sempre aggiornata di nuove soluzioni progettuali e di prodotto che soddisfano le rinnovate esigenze di uso e sfruttamento degli spazi interni. (riproduzione riservata)

SOPRA, UN'IMMAGINE DI MILANO CONTRACT DISTRICT CHE RADUNA I MIGLIORI BRAND DI INTERIOR E DELL'HOME DESIGN

Asian countries, where luxury apartments are delivered "turnkey", fully equipped. Another fast-growing channel is Education, with schools and universities increasingly offering premium facilities; the same trend for the elderly sector, with luxury residences and homes designed specifically for this segment of the population. "In Italy today there are companies that have chosen contract as their only business area - says Claudia D'Arpizio, Bain & Company's partner, who holds a permanent observatory on the world of design on 500 world players in 30 countries - specializing in the production of what is called "resimercial", products suitable for both office and home use, but which are only sold through the B2B contract channel. This is certainly one of the most interesting and growing businesses in the sector". An example of this is Arper, a company from Treviso that dedicates 80% of its turnover to the contract sector. For non-European countries, however, not all Italian companies, which are by definition medium to small, are able to serve these channels effectively. For this reason, in 2010 the portal www.contractitaliano.it of Ioe-Agenzia was created, with the aim of promoting the Italian contract sector abroad, providing dedicated operational support for SMEs in the furniture and construction sectors.

意大利风格扩展范围

承包业是全球高端设计市场中增长最快的行业, 年均增长率约为5-6%。意大利企业的目标市场主要在海外(将近70%)。实际上, 由于态度和认知感以及没有内部边界, 欧洲已被视为一个单一市场。意大利企业可以轻松地与之交并在此开展业务。欧洲国家中以法国、德国和英国为首, 而在海外国家中则以美国为主。其次是发展非常迅速的中国和东欧。发展速度最快的住宅承包和零售店承包。这也归功于亚洲国家高端住宅的增长等强劲动力。在那里, 豪华公寓通过“交钥匙工程”合同完成家具齐全的精装修房的交付。另一个增长迅速的领域是教育设施承包, 其原因在于学校和大学提供高级设施的现象已越来越普遍。专门针对老年人而设计的高级住宅和养老院承包领域也呈现相同的趋势。“如今, 意大利一些公司选择将项目承包作为唯一的业务”, 贝恩咨询公司(BAIN & COMPANY) 合伙人CLAUDIA D'ARPIZIO说道。该公司常年观测全球30个国家中高端设计行业里的500家企业。“专业生产所谓的“商住”产品, 适用于办公室和家庭日常使用, 但只能通过B2B承包渠道出售。这无疑是该行业中意义最大、增长最快的业务之一”。而特雷维索的ARPER公司正是其中一个例子, 其80%的营业额都来自承包部门。

然而, 对于非欧洲国家而言, 并不是所有的意大利公司(因其中小型规模)都能有效地为此服务。因此, 意大利对外贸易委员会上(ICE)在2010年建立了WWW.CONTRACTITALIANO.IT门户网站, 旨在在国外推广意大利承包供应链, 为家具业和建筑业中小企业提供运营方面的支持。

CLAUDIO FELTRIN, PRESIDENT OF ARPER AND PRESIDENT OF ASSARREDO FEDERLEGNORARREDO:
"In Assarredo we are working to help our producers go overseas. At the top of the priorities, there is the issue of certifications: product but also, and more increasingly environmental, a passport to access markets and segments relevant to contract".

CLAUDIO FELTRIN, ARPER公司总裁兼意大利木材家具业联合会(ASSARREDO FEDERLEGNO)主席
“在意大利家具及家居用品制造商协会(ASSARREDO)里, 我们正在努力帮助我们的生产商们走向海外。当务之急是认证的问题: 产品认证和日益重要的环境认证, 它们是进入承包行业及其相关市场的通行证。”

MASSIMO PEROTTI, EXECUTIVE CHAIRMAN OF SANLORENZO: "TO EXPLAIN THE NAUTICAL INDUSTRY IN A DIFFERENT WAY, YOU NEED TO BROADEN YOUR HORIZONS".
Sanlorenzo is undoubtedly linked to the world of art and design. Why?

The nautical industry has been a very closed world for decades. Sanlorenzo understood that, in order to tell a different way of living the sea and come out of a crystallization that kept the nautical industry disconnected from the linguistic currents of our time, it was therefore necessary to open up to new creative languages. This allowed us to demonstrate how nautical design is a lively and constantly evolving creative world. You thought of an art direction drawing from the world of design, with the task of rethinking the style of the brand...

I thought it was important that all the work carried out at a xproduct and collaboration level involved the company at 360° and therefore also our way of presenting ourselves. Having Piero Lissoni as art director allowed to give ourselves a new image, clear, well defined but above all coherent, starting from the project of the new plants in Ameglia and La Spezia, the stands at the fair, the website, up to the photos and catalogues. It was a fundamental step for us, which reconfirmed a very precise choice of course.

Since December 2019 Sanlorenzo has been listed on the stock exchange. What are the numbers in terms of growth and turnover?
The results approved today confirm the achievement of the targets indicated in the IPO phase, positioning itself at the top end of the forecast. Net Revenues from new Yachts amounted to 455.9 million Euro, ebtda amounted to 60 million euro, while adjusted ebtda reached 66 million and profit reached 27 million euro.

SANLORENZO执行总裁MASSIMO PEROTTI表示: “想要以不同的方式来展示游艇, 需要扩大视野”。

SANLORENZO公司无疑与艺术和设计界息息相关。这是为什么呢? 几十年来, 游艇一直是一个非常封闭的行业。SANLORENZO公司由此明白, 想要展示一种不同的海洋体验方式并让游艇行业从与当代风格潮流脱节的舒适区走出来, 必须向新的设计风格开放。这让我们得以证明游艇设计是一个充满活力且不断发展的创意世界。

您是否考虑过聘请一位设计界人士为艺术总监, 让其重新斟酌品牌的风格? 我认为重要的是让公司全面参与产品和合作方面的所有工作, 也包括我们展示自己的方式。聘请PIERO LISSONI担任艺术总监让我们得以为公司赋予一个新形象, 清晰、定位明确且连贯一致。从阿梅利亚和拉斯佩齐亚的新工厂建设项目开始, 到展览会上的展位, 乃至网站、产品目录和照片。对我们来说, 这是至关重要的一步, 为我们确定了明确的方向。

SANLORENZO公司于2019年12月在证券交易所上市。增长和营业额方面的数据是怎样的? 目前取得的业绩显示我们实现了在首次公开募股时制定的目标, 属于预测表上的高业绩。来自游艇的净收入为4.559亿欧元, EBTTDA达6000万欧元, 而调整后的EBTTDA则达到6600万欧元, 利润达2700万欧元。

THE FIRST DESIGN DISTRICT DEDICATED TO REAL ESTATE IS BORN

Milano Contract District is the innovative design platform that, through a multifunctional space in the heart of Milan completely dedicated to real estate, has brought together a selection of interior and home design brands with a clear objective: to integrate the furnishing and fit-out process with residential construction under a single direction. Winner of various awards, including the Honorable Mention of the Compasso d'oro 2018, the District brings to the professionals in the sector - real estate operators, their clients and businesses - a package of "turnkey" solutions and services: from conception to design, from marketing to the supply of customized projects, thanks to the professional and direct coordination of dedicated resources for each phase, both of the project and of the construction site. In 2018 More+Space was also launched, the first Design&Build business model dedicated to the residential sector, offering design, layout and interior solutions designed to optimize the use of space, especially when reduced. Thanks to innovative approaches, which integrate dynamic furnishing solutions right from the start, the possibility of allocating spaces in the home to different uses is thus born: nourishment, relaxation, work, rest. Among the new services offered, the offer to the customer of an agenda to manage the choice phase of home customization in a unique and experiential way. A digital technology with which you can remotely consult all the information about your home, from the compromise to the deed - and even afterwards - with a dedicated customer service platform; the always updated offer of new design and product solutions that meet the renewed needs of use and exploitation of interior spaces.

第一个针对房地产的设计区问世

MILANO CONTRACT DISTRICT是一个创新设计平台, 通过米兰市中心一个完全针对房地产业务的多功能空间, 聚集了一系列室内装饰和家居设计品牌, 且目标明确: 将装潢和装修过程与住宅的建造工程汇集在同一屋檐下。还曾荣获多项奖项, 如2018年金圆规(COMPASSO D'ORO)荣誉提名奖, 为包括房地产业运营者、其客户和企业在内的行业专业人士带来了“交钥匙工程”服务和解决方案: 针对项目设计和施工的各个阶段实施专业资源直接调配, 提供的服务包括构思、规划、营销, 乃至提供个性化定制项目。在2018年还推出了MORE+SPACE, 第一个针对住宅的设计&建造商业模式, 为客户提供住宅项目、布局和室内装潢的解决方案, 旨在最大化利用空间, 尤其是狭小的空间。得益于从一开始就整合了灵活家具解决方案的创新设计方法, 可以将住宅空间变成多用途: 进餐、放松、工作、休息等。推出的新服务包括可以让客户以独特的体验方式管理住宅个性化定制阶段的日程表; 一种数字技术, 让客户可以在专门的客户服务平台上远程查询关于房屋的所有信息, 从初步协议到房屋买卖合同公证, 以及之后的所有阶段; 还提供不断更新的设计和产品销售方案, 以此来满足新的使用需求和内部空间利用。

RECORD BREAKING DUBAI

After the opening of ME by Meliá (first hotel of the chain in the Middle East) inside Opus, the fluid cube entirely designed by Zaha Hadid architects, the Emirates metropolis is preparing to welcome the tallest hotel in the world. The Ciel tower in Dubai Marina, 360.4 meters high, should open between the end of 2022 and the beginning of 2023.

创纪录的迪拜

ME BY MELIÁ酒店(在中东开设的第一家连锁酒店)在建筑师ZAHA HADID主持设计的流线型立方大楼OPUS里开幕之后, 这座阿联酋大都市正准备迎接世界上最高的酒店。位于迪拜码头的CIEL酒店高达360.4米, 预计将于2022年底至2023年初开放。

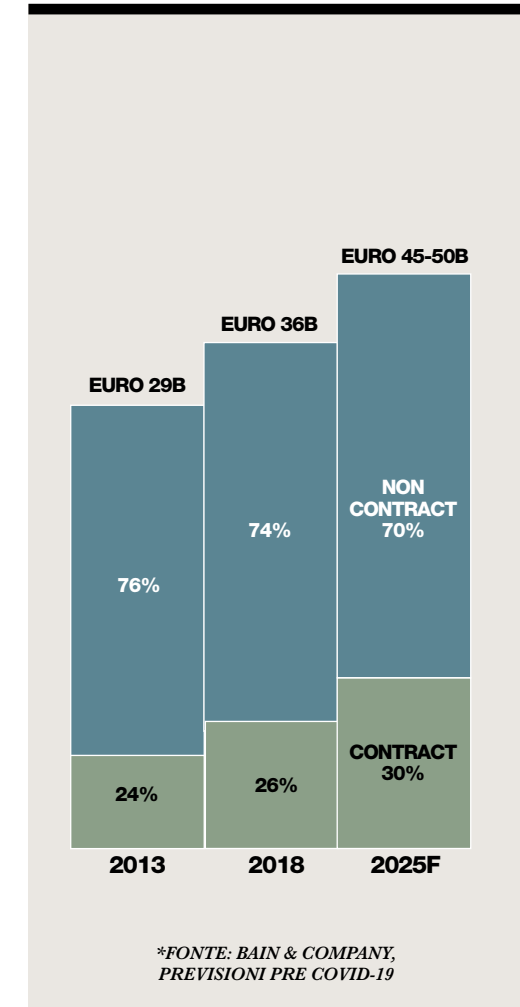
A 2.0 SMART BED

Intelligent, high-tech furniture at humans' service. This is the idea of Hi-interiors, Italian startup that deals with Digital transformation in the furniture sector. Their latest project is HiBed, conceived by Italian designer Fabio Vinella: a 2.0 smart bed that becomes a true open platform for wellness, entertainment and health.

智能床2.0

HI INTERIORS的想法就是提供为人类服务的高科技智能家具。这家高回报率意大利公司致力于家具行业的数字化转型。其最新项目就是意大利设计师FABIO VINELLA构思的HIBED, 即智能床2.0, 已成为一个真正的平台, 舒适、健康且可供娱乐。

CRESCITA DEL CONTRACT



PROGETTI

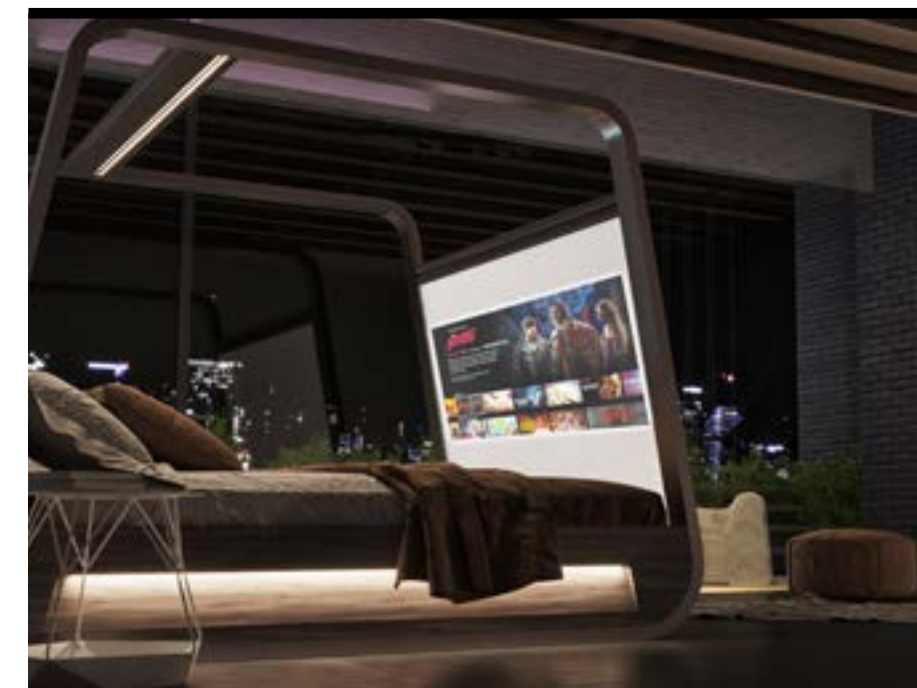


LA DUBAI DEI RECORD

Dopo l'apertura di ME by Meliá (primo hotel della catena in Medio Oriente) all'interno di Opus, il cubo fluido interamente progettato da Zaha Hadid architects, la metropoli emiratina si prepara ad accogliere l'hotel più alto al mondo. La Ciel tower di Dubai Marina, con i suoi 360,4 metri di altezza, dovrebbe aprire tra la fine del 2022 e l'inizio del 2023. (riproduzione riservata)

SOPRA, ME BY MELIÁ A DUBAI, LUXURY HOTEL PROGETTATO DA ZAHA HADID ARCHITECTS (FOTO LAURIAN GHINITOIU)

HI-TECH



UNO SMART BED 2.0

Mobili intelligenti e altamente tecnologici al servizio dell'uomo. È l'idea di Hi-interiors, scaleup italiana che si occupa di digital transformation nel settore del mobile. Il loro ultimo progetto è HiBed, concepito dal designer italiano Fabio Vinella: uno smart bed 2.0 che diventa una vera piattaforma aperta per il benessere, l'intrattenimento e la salute. (riproduzione riservata)

A SINISTRA, HIBED DI HI-INTERIORS