

FEBBRAIO 2023

EDIZIONE ITALIANA

marie claire Maison

AMSTERDAM
MILANO
PARIGI
VENEZIA



Arredi
BESPOKE

BAROCCO, COLORATO, OTTIMISTA
IL DESIGN È SU MISURA

€ 3,90



HEARST MAGAZINES ITALIA SPA - ANNO 21 - HENSILE N. 2 - FEBBRAIO 2023 - € 3,90 - IN EDICOLA DAL 24 GENNAIO 2023 - POSTE ITALIANE SP.A. - SPED. IN A. P.D.L. 353/2003 (CONV. IN L. 27/02/2004 ART. 1, COMMA 1, LO 4/04/2004)

niture, dimensioni e materiali». Un modo di pensare il proprio abitare non solo nelle finiture, che è oramai diventato la nuova normalità.

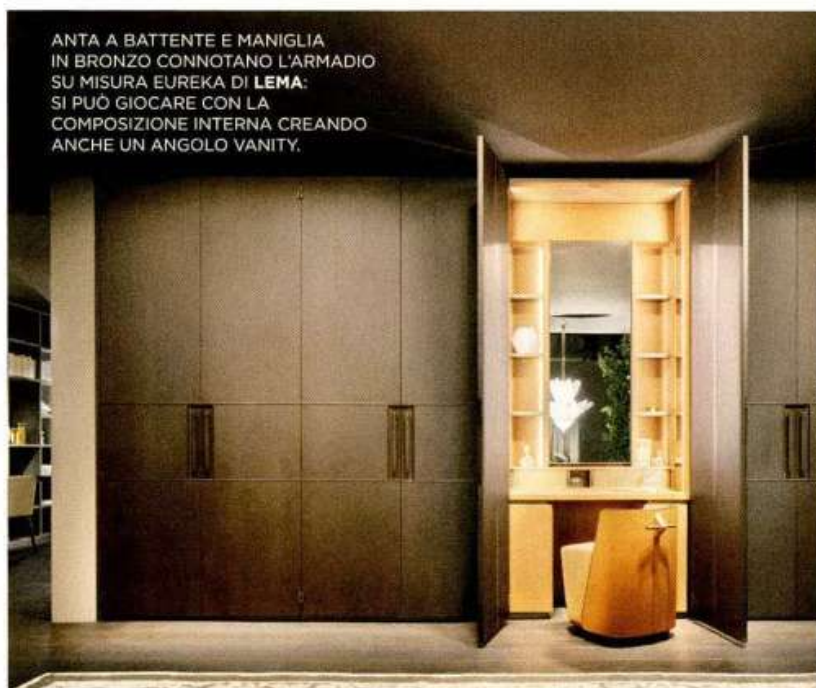
LA VOGLIA DI PERSONALIZZAZIONE oggi dilaga in ogni ambito, ma negli ultimi cinquant'anni la generazione borghese aveva le cifre etichettate sul bagaglio, il nome inciso sullo scrittoio o la biancheria ricamata con le iniziali come un lusso superfluo e d'altri tempi. Fino a che l'industria ha rispolverato la personalizzazione come antidoto al collezionismo classico e demodé. Se ce l'hanno tutti uguale, ha meno valore. E allora serve *personalizzare*. Tutto, o quasi. Trovare le bottigliette di Coca-Cola con il proprio nome era diventata un'ossessione nel 2013. Poi è stata la volta della Ferrero, con i barattoli di Nutella, e dei produttori di scarpe, da Nike ad Adidas. Ma il vero *bespoke* appartiene, da sempre, al mondo del lusso: dove le marche offrono la possibilità ai propri clienti di cooperare per creare qualcosa di esclusivo, scegliendone i dettagli e imprimendoci sopra le proprie iniziali. Non basta più possedere, sono anni che il marketing ricerca una connessione positiva con il cliente e per farlo lo ha messo al centro del prodotto stesso – per lo stesso motivo per cui torniamo volentieri nel bar in cui ci chiamano per nome. La rapida ascesa del termine *bespoke* ne è la prova: a lungo riservato al mondo raffinato degli abiti da uomo di alta gamma, è oggi entrato nel lessico di interior designer e mobiliari. *Bespoke* indica qualcosa fatto per un particolare cliente o utente dal verbo *bespeak* che significa appunto "chiedere in anticipo". Il *bespoke design* presuppone un dialogo tra chi il prodotto lo realizza e chi ne fruisce, significa quindi concordare e personalizzare una soluzione specifica, modellandola sulla personalità e l'ambiente in cui verrà inserita – e non viceversa. Fra il puro artigianato e i sistemi costruiti assemblando moduli industriali preesistenti, si apre quindi una terza via abbracciata dai grandi protagonisti del Made in Italy. ➔



IL RIVESTIMENTO PAESAGGIO DI MARTA CORTESE FA PARTE DELLE NOVITÀ DI CO.DE, BRAND DI JANNELLI&VOLPI PER IL CONTRACT E PROGETTI SU MISURA, CHE METTE A DISPOSIZIONE 15 TIPOLOGIE DI SUPPORTO MATERICO.

DALLE LINEE ESSENZIALI TIPICHE DELLO STILE SHAKER, A CUI SI ISPIRA, PLEASANT HILL APPARTIENE ALLE CUCINE HOMEWOOD, CREAZIONI SARTORIALI PER MISURE E COMPOSIZIONE, MA ANCHE PER CORNICI, SMALTI, POMELLI.

STEFANIA GIORGI



ANTA A BATTENTE E MANIGLIA IN BRONZO CONNOTANO L'ARMADIO SU MISURA EUREKA DI LEMA: SI PUÒ GIOCARE CON LA COMPOSIZIONE INTERNA CREANDO ANCHE UN ANGOLO VANITY.

