

TRENDS

NEW INTERIOR DESIGN TRENDS

LE NUOVE TENDENZE DELL'INTERIOR DESIGN

Unconventional marketing

The values that make a difference



IBM Executive Briefing Center - Rome
Project Iosa Ghini Associati - photo by Santi Caleca

It is necessary to differentiate the values in order to create new forms of business, especially by trying to establish links between people so as to develop and share the idea of a world that could be

In this new era of digital marketing it no longer makes sense to develop and differentiate products. Instead, it is necessary to differentiate the values, on many levels: functional, emotional, and spiritual. This is exactly what digital strategist and top-level speaker Mirko Pallera, creator of Ninja Marketing, did

during an event organized by Asso Ufficio. The event was focused on the transversal theme of unconventional marketing, the growing popularity of social networks, and new ways communication that companies should use when addressing a changed and evolved market.

"The idea of marketing was designed

when there were only a few products around - says Pallera. It just does not work any more today. We started at the 1.0 phase where the goal was to sell products, to then pass on to the 2.0 phase where it was important to differentiate products and retain consumers. Now we are in the 3.0 phase and the goal is to make the world a better place to live. Companies must begin to move on several levels. Profit alone, while undoubtedly important, is no longer sufficient. Consequently, the level on which a brand moves changes in the three phases too. It goes from a closed value, focused on the functional product, to a symbolic value, where the product becomes an instrument of identity, to finally become a bonding value, where the brand is perceived as a place that allows people to come together and relate to jointly develop the idea of a world that could be".

"The fundamental principle is that we are all creators - continues Pallera. We have to enter into a frame of mind where we all become producers of things, not just ideas. The internet allows anyone bring their ideas to the masses. Thanks to the internet, today's social movements have an immediate impact on society and new ideas can become a hot trend in no time. It is important to 'stay tuned' to the places where relationships are cultivated, especially social networks. Here, a company can find out what the desires and needs that people give value to are".

MyExhibition at MADEexpo

Projects for greener houses

MyExhibition returns after the success of last year's edition with Social Home Design. This year, with the collaboration of Federlegno arredo and MADEexpo, it presents a project that aims to give shape to sustainability

Focus the advantages that the new challenges of sustainability offer towards those who want to take on the frontier of eco-friendly architecture. This is the objective that MyExhibition puts forth with this year's format. Green Home Design was made on an area of 1,400 square meters with five prefabricated structures divided into three houses, a nursery school, a conference room, and a lounge area with a bio-bar.

The five 1:1 scale installations come from some of the biggest names in architecture including Aldo Cibic, Luca Scacchetti, Marco Piva, and Massimo Mandarini. The projects aim to show the advantages that the challenge of sustainability offers to those who want to tackle the new frontier of green architecture and are capable of using the best innovations to create buildings that are beautiful to look at and live in. Today, architecture and sustainable construction are significant market segments thanks to a growing environmental consciousness and the need to save on energy costs. New renovations and new buildings are all designed to reduce the cost of management and execution without compromising on the aesthetic and functional result.

The Green Home Design exhibition acts as a spokesperson for this ample emerging market and allows exhibiting companies to gain a growing consensus of architects and designers thanks to a very real theme with plenty of room for business growth. The

structure presented by Cibicworkshop with Aldo Cibic and Tommaso Corà features hemp. The "Coltivare una casa" project stems from an idea about construction systems and materials with a low environmental impact. The experimental research was aimed at using lime-treated hemp to create innovative housing and at the same time build new regional economies that satisfy the latest environmental and energy performance requirements.

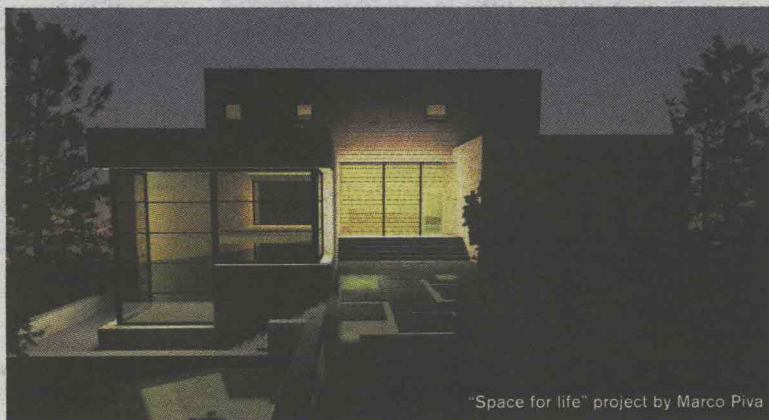
"Space for Life" by Marco Piva is geared towards redefining a new balance between natural environments and constructed ones by using natural resources and high-performance materials to design a residential structure that is capable of responding to today's lifestyle. This concept showcases small-scale modular homes with multiple possible combinations that have more

green
home
design
EXPO SHOW 2012
architettura | design | edilizia | materiali

complex and compressed structures which meet the highest level of housing needs.

Luca Scacchetti's project entitled "La Grazia della sostenibilità" aims to create formal solutions that balance ethics with aesthetics in order to launch a new project opportunity centered on housing that is characterized by an ecological spirit and a high-design structure.

A new model for experiencing life in an eco-friendly and social way can be found with "Green Kinder House", a sustainable nursery school developed by Massimo Mandarini for Marchingeno. This nursery school is a mini modular environment that is self-sufficient for energy and highly flexible. It is built on a two-leveled seismic plate - one for architectural education to teach about sustainability and the other to tell the story of the sustainability of the future.



"Space for life" project by Marco Piva

FLASH&PILLS



THE PERFECT BALANCE

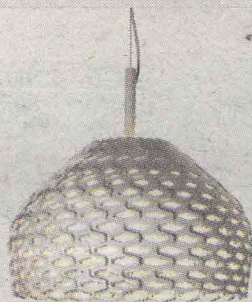
Matteo Nunziati created *Chimera* for i 4 **Mariani**. It is a modular chair system with various elements that have been studied to create infinite set-ups while still retaining perfect proportions and balance between themselves.

L'EQUILIBRIO PERFETTO

Firmato da Matteo Nunziati per i 4 **Mariani**, *Chimera* è un sistema di sedute componibile composto da vari elementi studiati in modo da creare infinite configurazioni, mantenendo sempre una proporzione e un equilibrio perfetti tra loro.

ALMOST LIKE ARMOR

Flos launches *Tatou*, a new family of lamps designed by Patricia Urquiola. Like the armor of an armadillo, *Tatou* protects your eyes from bothersome direct light, yet is still slim and lightweight.



COME UNA CORAZZA

Flos lancia *Tatou* la nuova famiglia di lampade disegnate da Patricia Urquiola. Come una corazza di armadillo, la calotta di *Tatou* protegge dal fastidio della luce diretta sugli occhi, ma nello stesso tempo è snella e leggera.

THE SUSPENDED DOOR

Designed by Daniel Libeskind in collaboration with **TRE-Più**, *Idea* is an innovative door characterized by a patented aluminum profile with an angle that creates an optical effect where the door appears to be suspended in respect to the wall while still maintaining the linearity of the surface.



LA PORTA SOSPESA

Progettata da Daniel Libeskind in collaborazione con **TRE-Più**, *Idea* è una porta innovativa caratterizzata da un profilo in alluminio brevettato con un angolo che crea un effetto ottico dove la porta sembra sospesa rispetto alla parete, mantenendo sempre la linearità della superficie.

ITALIANO

Marketing non convenzionale

I valori che fanno la differenza

Per la creazione di nuove forme di business è necessario differenziarsi sui valori, in particolare cercando di instaurare legami tra le persone per sviluppare e condividere l'idea di un mondo migliore e possibile

Nella nuova era del marketing digitale non ha più senso sviluppare e differenziare prodotti, ma è necessario differenziarsi sui valori, muovendosi su più piani: funzionale, emozionale e spirituale. Questo uno dei punti dell'intervento di Mirko Pallera, creatore di Ninja Marketing e digital strategist e relatore d'eccezione durante un evento organizzato da Asso Ufficio, focalizzato sul tema trasversale del marketing non convenzionale, sulla crescente diffusione dei social network e su nuove modalità di comunicazione che l'azienda deve utilizzare per affrontare un mercato diverso e più evoluto. "Il marketing, com'è stato concepito quando esistevano solo pochi prodotti, oggi non può più funzionare - spiega Pallera - Ora siamo nella fase 3.0 e l'obiettivo diventa rendere il mondo un posto migliore in cui vivere. Di conseguenza, anche il livello su cui si muove un brand cambia. Da valore chiuso, focalizzato sul prodotto funzionale, a valore simbolico, dove il prodotto diventa uno strumento identitario, fino a diventare valore di

legame, dove la marca è percepita come ombrello che permette alle persone di aggregarsi e di relazionarsi per sviluppare insieme l'idea di un mondo possibile". "Grazie a internet - continua Pallera - oggi i movimenti sociali impattano subito sulla società e nuove visioni possono in pochissimo tempo diventare correnti di tendenza. È importante 'ascoltare' i luoghi dove si coltivano le relazioni, in particolare i social network. Qui un'azienda può scoprire quali sono i desideri e le esigenze a cui le persone danno valore".

My Exhibition al MADExpo

Progetti per case sempre più green

Torna My Exhibition con un progetto che dà forma alla sostenibilità

Focalizzare i vantaggi che le nuove sfide della sostenibilità offrono a chi vuole affrontare la nuova frontiera dell'architettura green. Questo l'obiettivo di MyExhibition attraverso il format promosso quest'anno. Green Home Design è stata pensata su un'area espositiva di 1400 mq dove si trovano cinque strutture prefabbricate suddivise in tre abitazioni e un asilo, oltre a una sala convegni e una zona lounge con bio-bar. Le cinque installazioni in scala 1:1 sono firmate da alcune tra i più importanti nomi dell'architettura tra cui Aldo Cibic, Luca Scacchetti, Marco Piva, Massimo Mandalini. I progetti hanno l'obiettivo di mostrare i vantaggi che le nuove sfide della sostenibilità offrono a chi vuole affrontare la nuova frontiera dell'architettura green. La mostra Green Home Design vuole essere la voce di questo grande mercato emergente per consentire alle aziende che vi espongono di intercettare un consenso sempre maggiore di architetti e progettisti grazie ad un tema di grande attualità e con ampi spazi di crescita del business. Sarà di canapa, la struttura presentata da Cibicworkshop con Aldo Cibic e Tommaso Corà "Cultivare una casa". "Space for Life" di Marco Piva punta invece a ridefinire un nuovo equilibrio tra l'ambiente naturale e l'ambiente costruito. Punta a creare soluzioni formali che concilino etica con estetica Luca Scacchetti con "La Grazia della sostenibilità" per lanciare una nuova opportunità di progetto centrata su abitazioni caratterizzate da un'anima ecologica e da un involucro di altissimo design. Propone invece un nuovo modello di vivere lo spazio e il tempo nell'ottica di luoghi green e social "Green Kinder House", l'asilo sostenibile sviluppato da Massimo Mandalini per Marchingeno.