

edra

MAGAZINE

Our Point of View

Issue n°

Art
Architecture
Lifestyle

Comfort
Values
Technology



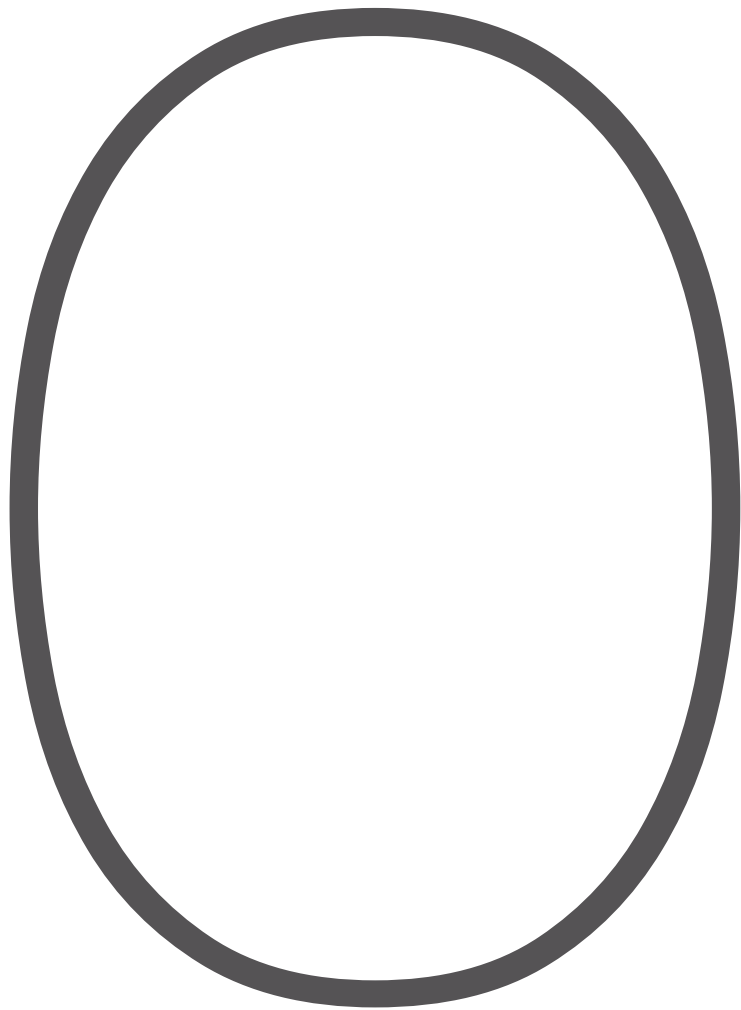
Travel
Craftmanship
Time

Relax
Landscape
Experience

MMXX

MM

EDRA MAGAZINE ISSUE N°0
MMXX



OUR POINT OF VIEW

Lorsque nous concevons un canapé ou autre, nous le faisons avec une intention profonde : qu'il ne souffre au fil du temps aucune forme d'obsolescence, ni stylistique, ni technique, ni d'usage.

Nous sommes une entreprise contemporaine, mais avec des principes forts et anciens.

Nous voulons que nos produits soient de la plus haute qualité, qu'ils puissent continuer à exister siècle après siècle. Cela a toujours été l'esprit d'Edra.

Je voudrais ajouter un remerciement sincère à tous ceux qui sont avec nous depuis longtemps ou depuis peu et qui, chaque jour, avec un grand savoir-faire, apportent leur contribution à Edra, que j'ai depuis toujours le plaisir et l'honneur de présider.

Je tiens à remercier les ouvriers, les employés, les responsables, les collaborateurs internes et externes, les auteurs des projets, les architectes.

Je tiens à remercier les revendeurs qui, chaque jour, font connaître Edra et ses qualités dans le monde entier.

Je remercie tous ceux qui utilisent nos produits avec plaisir, chez eux, au bureau, à la maison.

Enfin, comme toujours, je voudrais adresser une pensée particulière à tous ceux qui ont été proches d'Edra dans le passé et qui continuent de l'être, même depuis le ciel.

Valerio Mazzei
Présidente Edra

When we design a sofa or anything else, we have a very specific mission in mind: that over the course of time it may not fall into any form of obsolescence, either in style, technique or purpose.

We are a contemporary company but we have a strong, ancient ethos.

We want our products to be the best quality, so that they may go on, century after century.

This has always been the spirit, at Edra.

I would like to add a heartfelt thank-you to all those who have been with us, either for a long or a short time, and who, every day, with their masterly skills, give their contribution to Edra, which I have always had the honour and pleasure to lead.

I would like to thank our labourers, our clerks, our managers, our staff and our consultants, the designers, the architects.

I would like to thank the dealers who, every day, make Edra and its qualities known all over the world.

I would like to thank all those people who gladly use our products in their homes, in their offices, in their houses.

Lastly, as usual, I would like to send special thoughts to all those people who have been close to Edra in the past and who still are, even from heaven.

Valerio Mazzei
President of Edra

Je vis au bord de la mer.
J'adore la mer.
Ça me fait du bien.
Mais ce printemps cela a été différent.
Parce que ce printemps a été différent, pour tous.

La mer était là avec moi, mais je ne la voyais pas.
Je me sentais suspendue. Mes pensées étaient ailleurs.
Au début du mois d'avril, alors que la mer était encore très froide, j'ai décidé de plonger.
Je cherchais le calme.
Ce bain m'a libérée.
Il m'a donné l'inspiration pour ce projet.
La liberté de voir en profondeur, la possibilité de raconter des aspects qui risquent de se perdre ou d'être oubliés.
Raconter des histoires qui nous appartiennent.
Rencontrer ceux qui choisissent nos produits, montrer comment ils sont lus, vécus, animés.
Donner une voix à ceux qui travaillent avec nous, à ceux qui ont toujours été avec nous et qui continuent à s'investir pleinement pour cette entreprise.
Une histoire, également poétique et philosophique, pour faire connaître nos principes et nos valeurs.
C'est ainsi que ce projet a vu le jour, avec le soutien de personnes que j'estime et qui ont immédiatement collaboré avec plaisir.

Dans la vie, il faut plonger.
C'est ainsi qu'Edra magazine est né.

Bonne lecture.

Monica Mazzei
Vice-présidente Edra

I live by the sea.
I love the sea.
It makes me feel good.
But this spring it was different. Because this spring
has been different, for everyone.

The sea was there, with me, but I couldn't see it.
I felt unsettled. My mind was elsewhere.
In early April, when the sea was still very cold, I decided to
take a plunge.
I was looking for peace.
That plunge set me free.
It gave me the inspiration for this project.
The freedom to see deep down, the chance to tell details
that might otherwise get lost or forgotten.
Telling stories that belong to us.
Meeting the people who choose our products, showing the
way they are understood, experienced, given life to.
Giving a voice to the people who work with us, the people
who have always been with us and keep doing their best for
this company.
A story, a poetical and philosophical one as well, to tell
about our principles and values.
This is how this project came into being, with the support
of people I admire and who instantly and gladly cooperated.

In life, we have to give it a try.
This is how Edra Magazine was born.

Enjoy.

Monica Mazzei
Vicepresident of Edra

OUR
POINT
OF
VIEW

C'EST AINSI QUE
EDRA MAGAZINE
OUR POINT OF
VIEW A VU LE JOUR. C'EST
UN OUTIL POUR NOUS
RACONTER, POUR MONTRER
QUI NOUS SOMMES. C'EST
L'OCCASION DE PARLER DE
CE QUI NOUS GUIDE.

THAT'S HOW EDRA
MAGAZINE OUR
POINT OF VIEW
WAS BORN. IT IS A WAY
TO TELL ABOUT US, TO
SHOW WHAT WE ARE. IT IS
AN OPPORTUNITY TO TALK
ABOUT WHAT DRIVES US.

L'année 2020 restera gravée dans l'histoire comme celle qui a arrêté le monde, nous unissant ainsi dans un destin commun : nous avons tous vécu pleinement le foyer, avec ses complexités et ses confort.

Nous nous sommes adaptés à l'espace domestique ou nous l'avons réadapté selon nos besoins. Ces mois ont été pour nous l'occasion de réfléchir plus profondément au rôle que joue Edra dans la création de l'espace-habitation. Nous avons retracé notre histoire, nous avons relu nos projets, nous avons réitéré les principes sur lesquels notre entreprise est basée.

C'est ainsi que *Edra Magazine - Our Point of View* a vu le jour. C'est un outil pour nous raconter, pour montrer qui nous sommes. C'est l'occasion de parler de ce qui nous guide. Nous sommes guidés par le chemin que nous avons parcouru jusqu'ici. Nous sommes guidés par la beauté, que nous recherchons en toute chose. Et nous sommes guidés par les relations humaines et la curiosité, qui nous amènent à découvrir des artistes, des artisans et des lieux. Nous sommes guidés par une conscience de la valeur des espaces, qu'il s'agisse de maisons, de bateaux, de musées, d'hôtels ou de restaurants. Nous sommes guidés par les relations que ces espaces entretiennent avec nos canapés, nos lits, nos tables, nos meubles de rangement, avec nos fauteuils, nos lampes.

Nous sommes guidés par une aspiration : créer le meilleur mobilier en matière d'esthétique, de confort, de performance et de fonctionnalité. Après tout, ce qui nous guide peut se résumer en une ligne : nous voulons que nos produits soient beaux et bien faits.

2020 will go down in history as the year that stopped the world. And that joined us into a common fate: we all lived our homes to the fullest, with all their complications and their amenities. We adapted to our living space or readapted it to our needs. These last few months have given us a chance to reflect more thoroughly about the role that Edra plays in the creation of the living space. We went through our history, we reread our plans, we reaffirmed the principles our company is built upon.

That's how *Edra Magazine - Our Point of View* was born. It is a way to tell about us, to show what we are. It is an opportunity to talk about what drives us.

We are driven by the journey that has taken us this far. We are driven by beauty, which we pursue in every single thing. And then we are driven by human relations and by curiosity, which has led us to find new artists, talents and places. We are driven by the awareness of the value of a space, whether it is a house, a boat, a museum, a hotel or a restaurant. We are driven by the relations that such spaces form with our sofas, beds, tables, cabinets, with our armchairs, lamps. We are driven by an ambition: creating the best interior décor in terms of aesthetics, comfort, performance and function. After all, what drives us can be summed up in a few words: we want our products to be beautiful and well made.





INDEX

COLLECTION

Au Sein d'une Histoire	16	Inside a Story
Nos Auteurs	22	Our Authors
Venez, Laissez-moi Vous Présenter!	30	Come, Let me Introduce You!
Le Corps et l'âme du Projet	36	Body And Soul of The Project
Le Temps Donne de la Valeur	42	Time Creates Value

FOCUS

L'Éternel Contemporain	46	The Eternal Contemporary
Nuances	54	Shades
Vivre la Maison	62	Living The House
Promenade Avec Binfaré Dans l'Histoire du Confort	72	A Walk With Binfaré in The History of Comfort

SPACES

Où vit l'Art	78	Where Art Lives
Les Horizons du Nautisme s'Ouvrent Au-delà de la Mer	92	The Horizons of Sealing Open Beyond The Sea
Paysage & Architecture	104	Landscape & Architecture
L'Hospitalité en Haute Altitude	122	Hospitality at High Altitude
Une Vie de Collectionneur	134	A Life as a Collector

NEWS

XX Anniversaire du Flap XXX de la Flowers Collection	146	XX Anniversary of Flap XXX of Flowers Collection
Spazio Edra	154	Spazio Edra

AU SEIN
D'UNE

HISTOIRE

INSIDE A STORY



Words Laura Arrighi


Récemment, j'ai écrit deux articles sur Edra, le premier sur le canapé **Grande Soflice** et l'autre sur le brevet du **Coussin Intelligent**. Après les avoir lus, Monica Mazzei m'a envoyé un courriel pour nous rencontrer. Nous avons organisé plusieurs réunions, des déjeuners et des discussions, elle m'a fait asseoir sur tous les canapés du showroom, comme si j'étais son meilleur client, elle m'a tout présenté, ou presque. Sans m'en rendre compte, je me suis retrouvée complètement plongée dans le monde d'Edra, en un temps relativement court, mais avec une intensité et un enthousiasme que j'ai rarement connus.

Edra peut être représenté comme une vague vigoureuse qui vous submerge, qui vous berce ensuite lentement, aussi longtemps qu'il le faut, avant de vous laisser partir. Et quand vous partez, il est impossible de ne pas emporter quelque chose à l'intérieur de vous. Même une simple phrase, un visage, une image. Je pense que cette approche, à la fois vive et calme, est le moteur d'Edra.



Not so long ago, I wrote two articles about Edra, the first one about the **Grande Soflice** sofa, the other about the **Smart Cushion** patent. Having read them, Monica Mazzei sent me an email saying she wanted to meet me. We arranged one, then more meetings, lunches and conversations, she made me sit on all the sofas in the showroom, as if I were her best customer, she made me meet everyone, or nearly everyone. Without realising it, I found myself plunged headlong into Edra's world, in a comparatively short time, but with an intensity and enthusiasm that I had rarely felt before.

Edra can be pictured as a bouncy wave that sweeps you away, then gently rocks you for as long as it takes, then lets you go. And when you go, you can't help taking something away. Even if just a sentence, a face, an image. I think that such approach, stirring yet calm, is Edra's inspiration.



Standard
Silhouette du canapé.
Silhouette of the sofa.

“

EDRA EST LA
CONTRACTION
DE ESEDRA

QUI, DANS LA DEMEURE
SEIGNEURIALE GRECQUE
ET ROMAINE, ÉTAIT UN
ESPACE COMPLÈTEMENT
OUVERT D'UN CÔTÉ AVEC
DES SIÈGES DANS L'ATRIUM.
UN LIEU COURTOIS DE
CONVERSATION ET DE
RENCONTRE.

EDRA IS THE
CONTRACTION OF
ESEDRA, WHICH, IN
GREEK AND ROMAN GRAND
BUILDINGS, WAS A ROOM
COMPLETELY OPEN ON ONE
SIDE, WITH SEATS IN THE
ATRIUM. A COURTLY PLACE
MADE FOR TALKING AND
SOCIALISING.

”

EDRA EST UNE ENTREPRISE QUI PRODUIT DES CANAPÉS ET DES FAUTEUILS, MAIS AUSSI DES LITS, DES TABLES, DES MEUBLES, DES LAMPES. ELLE A ÉTÉ FONDÉE EN 1987 PAR VALERIO ET MONICA MAZZEI, À PERIGNANO, DANS LA PROVINCE DE PISE, EN TOSCANE. LE NOM EST LA CONTRACTION DE ESEDRA QUI, DANS LA DEMEURE SEIGNEURIALE GRECQUE ET ROMAINE, ÉTAIT UN ESPACE COMPLÈTEMENT OUVERT D'UN CÔTÉ AVEC DES SIÈGES DANS L'ATRIUM. UN LIEU COURTOIS DE CONVERSATION ET DE RENCONTRE, UN APPEL AU DIALOGUE ENTRE L'OBJET D'AMEUBLEMENT ET L'ESPACE ARCHITECTURAL QUI L'ACCUEILLE. L'ENSEMBLE DE LA COLLECTION EST LE RÉSULTAT D'UN PROCESSUS QUI COMMENCE PAR UN DIALOGUE ET PREND LA FORME D'OBJETS QUI INTERAGISSENT ACTIVEMENT AVEC L'ESPACE ET LES PERSONNES. CE SONT DES MACHINES QUI FONCTIONNENT PARFAITEMENT. ELLES SERAIENT, COMME LE DÉCRIT VALERIO MAZZEI, "DES NAVETTES SPATIALES QUI DOIVENT RÉPONDRE À UN BESOIN PRÉCIS : ALLER DANS L'ESPACE, ACCOMPLIR UNE MISSION QUI REPOSE SUR LES MATHÉMATIQUES ET UNE INGÉNIERIE PARFAITE. PAS D'EXERCICES DE MARKETING OU DE DESIGN. ELLES DOIVENT FONCTIONNER. LES PERSONNES QUI SE TROUVENT À L'INTÉRIEUR DOIVENT SE SENTIR BIEN ET ÊTRE AU CENTRE DE TOUTES LES ATTENTIONS". LES PROJETS ONT TOUS UNE FORTE PERSONNALITÉ. NE SUIVANT PAS DE LIGNE STYLISTIQUE PRÉCISE, ILS SONT LES CHAPITRES D'UN LIVRE HÉTÉROGÈNE RACONTANT DES HISTOIRES DIFFÉRENTES, UNIES PAR LA QUALITÉ ET LA BEAUTÉ. LE NOM EDRA INCARNE TOUTES CES VALEURS QUE VALERIO ET MONICA VEULENT TRANSMETTRE À TRAVERS LEURS PRODUITS ET LEUR FAÇON DE DIRIGER L'ENTREPRISE. UNE MANIÈRE QUI PEUT S'EXPRIMER DANS DES CONCEPTS FONDAMENTAUX TELS QUE LA RECHERCHE TECHNOLOGIQUE, LES RELATIONS HUMAINES, LE RAPPORT AVEC LE TERRITOIRE ET UNE IDENTITÉ CLAIRE.

édra

EDRA IS A COMPANY THAT PRODUCES SOFAS AND CHAIRS AS WELL AS BEDS, TABLES, WARDROBES, LAMPS. IT WAS FOUNDED BY VALERIO AND MONICA MAZZEI, IN PERIGNANO, NEAR PISA, TUSCANY, IN 1987. THE NAME IS THE CONTRACTION OF ESEDRA, WHICH, IN GREEK AND ROMAN GRAND BUILDINGS, WAS A ROOM COMPLETELY OPEN ON ONE SIDE, WITH SEATS IN THE ATRIUM. A COURTLY PLACE MADE FOR TALKING AND SOCIALISING, A CALL TO A DIALOGUE BETWEEN A PIECE OF FURNITURE AND THE ARCHITECTURAL SPACE THAT EMBRACES IT. THE ENTIRE COLLECTION IS THE RESULT OF A PROCESS THAT WAS BORN OF DIALOGUE AND MATERIALISES IN ITEMS THAT PROACTIVELY INTERACT WITH THEIR SURROUNDINGS AND WITH PEOPLE. THEY ARE PERFECTLY FUNCTIONING MACHINES. AS VALERIO MAZZEI DESCRIBES THEM, THEY ARE A SORT OF "SPACE SHUTTLES, WHICH MUST MEET A SPECIFIC REQUIREMENT: GOING INTO SPACE, ACCOMPLISHING A MISSION BY RELYING ON MATHEMATICS AND ON PERFECT ENGINEERING. NOT EXERCISES IN MARKETING OR DESIGN. THEY MUST WORK. PEOPLE INSIDE THEM MUST FEEL COMFORTABLE AND BE THE ONLY CENTRE OF ATTENTION". ALL PROJECTS HAVE A STRONG AND DISTINCTIVE PERSONALITY, THEY DO NOT FOLLOW A STYLE BUT ARE CHAPTERS IN A HETEROGENEOUS BOOK THAT TELLS DIFFERENT STORIES, SHARING THE SAME QUALITY AND BEAUTY. THE NAME EDRA ENFOLDS ALL THOSE VALUES THAT VALERIO AND MONICA WANT TO CONVEY THROUGH THEIR PRODUCTS AND THE WAY THEY RUN THEIR COMPANY. A WAY THAT CAN BE EXPRESSED BY FUNDAMENTAL CONCEPTS, SUCH AS TECHNOLOGICAL RESEARCH, HUMAN RELATIONS, LOCAL ROOTS AND A CLEAR IDENTITY.

Laura Arrighi

Laura Arrighi

Architecte, docteur en design, rédactrice web et éditrice indépendante. Elle s'occupe principalement de décoration d'intérieur, de design et de mode, avec un intérêt particulier pour les phénomènes d'hybridation des différents domaines. Elle se consacre à l'écriture, à la recherche, à l'enseignement et à la conception, en collaborant avec des institutions et d'importants cabinets d'architectes italiens.

Architect with a PhD in Design, and freelance web writer and editor. She mainly works in interior decoration, design and fashion, and has a special interest in the hybridization of different disciplines. She juggles writing, research, teaching and design, as she works for public institutions and some of the most important Italian architectural firms.

NOS
AUTEURS

OUR
AUTHORS

Chez Edra, nous n'utilisons pas le terme « designer », nous préférons celui d'« auteur ». Comme l'écrivait Bruno Munari en 1972, nos produits sont simplement « des objets qui répondent à des fonctions nécessaires, [qui] sont améliorés à chaque fois en fonction des matériaux et des technologies utilisés ». Il s'agit d'objets du quotidien utilisés à la maison comme sur le lieu de travail et les gens les achètent parce qu'ils ne suivent pas les modes et n'ont aucun problème de symboles de classe. Ce sont des objets qui sont bien conçus et peu importe par qui ».

Nos créations sont associées à des noms connus dans le monde de la conception artistique. Mais avant leur trait stylistique, nous souhaitons souligner le rôle qu'ils ont joué en tant que penseurs dans un processus qui a donné naissance à des produits intemporels. Ils y sont parvenus grâce à leurs intuitions, leurs idées, leurs rêves. C'est pourquoi nous les appelons des auteurs.

Nous n'avons rien contre le terme « design ». C'est ce dont Munari parlait dans la description que nous avons empruntée pour parler du sens de notre travail. Ce qui ne nous convainc pas, c'est l'usage qui en a été fait au fil du temps.

Le sens du terme « design » a été déformé. En anglais, le terme est plus efficace car il est compris dans le sens de « projet » ou « conception de projet ». Mais en italien, on a tendance à l'associer au style moderne, apparemment tendance, aux objets d'ameublement, à la mode ou à la décoration intérieure. Dans de nombreux cas, il est utilisé à tort pour définir un produit de qualité ou possédant une personnalité esthétique raffinée. On parle également souvent de design lorsque de simples copies d'objets existants apparaissent, sans innovations, expérimentations, améliorations, sans nouveaux récits, ou

At Edra, we don't use the word 'designer', we prefer to use: *authors*. As Bruno Munari wrote in 1972, our products are simply "objects that respond to necessary functions, [that] are regularly improved based on their materials and technology. They are everyday items at home or in the workplace, and people buy them because they don't follow trends, they are unconcerned by status symbols, these items are well designed, and it doesn't matter who designed them". Our creations are associated with names that are well known in the world of design. However, more than in their signature style, what we are interested in is the role they played as thinkers in a process that led to the birth of timeless objects. They did this through their intuitions, their ideas, their dreams. That's why we call them authors.

We have nothing against the word 'design'. That is just what Munari was speaking about in the description we quoted to tell about the meaning of our work. What we are not so sure about is the way such word has been used over time. The meaning of 'design' has been distorted. The English word is more effective, because it means a 'plan' or a 'drawing'. But in Italian it is usually associated with a modern, seemingly trendy style, with designer or fashionable items, or with interior decoration. In many cases, it is wrongly used to define something that is high quality or has a sophisticated aesthetic identity. And 'design' is often mentioned at the appearance of mere replicas of existing objects, without innovation, experimentation, improvement, without any new stories, feelings, but just the addition of intriguing colours and artwork.

Our authors do not just show us a drawing, they tell us an idea, a story, a dream. It's a method that is closer to the world of art than

“

JE DÉTESTE LE TERME DE ‘DIRECTEUR ARTISTIQUE’, ETTORE SOTTASS SE DISAIT ‘CHEF JARDINIER’. C’EST CE QUE JE RESSENS. JE SUIS CELUI QUI PREND SOIN DES GRAINES ET LES FAIT POUSSER. NOTRE HISTOIRE EST FAITE D’EXPÉRIENCES HUMAINES CULTIVÉES ET DE RELATIONS AVEC LES ‘DESIGNERS’ QUI SONT CERTES PROFESSIONNELLES, MAIS FONDAMENTALEMENT HUMAINES.

IHATE THE WORD ‘ART DIRECTOR’, ETTORE SOTTASS DEFINED HIMSELF AS A ‘HEAD GARDENER’. THAT’S HOW I FEEL, I AM THE ONE WHO LOOKS AFTER THE SEEDS AND MAKES THEM GROW. OUR HISTORY IS MADE OF CULTIVATED HUMAN EXPERIENCES AND RELATIONS WITH ‘DESIGNERS’ THAT ARE CERTAINLY PROFESSIONAL, BUT BASICALLY HUMAN, RELATIONS.

”

MASSIMO MOROZZI

nouvelles émotions, mais seulement avec l'ajout de couleurs et d'éléments graphiques attrayants. Nos auteurs ne nous proposent pas seulement un dessin, mais ils nous racontent une idée, un rêve. C'est un modèle qui s'apparente plus au monde de l'art que du design. Ensemble, nous essayons de définir la meilleure solution, d'aller « au-delà », de créer une œuvre « autre » que le produit tel que nous l'avons toujours connu : le canapé, la chaise, le fauteuil... Et cela est possible grâce à une expérience qui voit en l'auteur le déclencheur d'une œuvre de génie, d'une histoire collective. « Je déteste le terme de directeur artistique - a expliqué Massimo Morozzi dans une interview en 2013 - Ettore Sottsass se disait chef jardinier. C'est ce que je ressens. Je suis celui qui prend soin des graines et les fait pousser. Notre histoire est faite d'expériences humaines cultivées et de relations avec les « designers » qui sont certes professionnelles, mais fondamentalement humaines. Le design n'est pas quelque chose qui nous intéresse trop, nous sommes intéressés par les possibilités qu'offre ce travail de pouvoir tisser des liens avec d'autres personnes. A partir de ces expériences, des choses vont se solidifier. C'est comme tourner un film. Derrière chaque projet, il y a une histoire qui provient des expériences de la vie. Ces expériences deviennent des meubles ». Et Francesco Binfaré ajoute : « Je me soucie des gens et de ce qu'ils ont dans la tête. Pour moi, les choses sont des enveloppes de contenus et de messages. Le designer seul ne fait rien, et cela vaut également pour le directeur artistique seul et l'entrepreneur seul. Nous sortons d'un monde avec Buster Keaton et Charlie Chaplin, de grands acteurs, dans lequel un seul personnage se suffit à lui-même. Nous entrons maintenant dans un monde fait de Fellini, Mastroianni et De Laurentis. Ces trois personnages sont indispensables et dans cette collaboration, les designers mettent leurs histoires dans un canapé ».

that of design. Together, we try to find the best solution, to take a step further, to create 'something else', something different from the product as we know it: the sofa, the chair, the armchair ... And this is achieved through an experience that sees the author sparking off a brainwave, a shared story.

"I hate the word 'art director' – Massimo Morozzi explained in an interview in 2013 – Ettore Sottsass defined himself as a 'head gardener'. That's how I feel, I am the one who looks after the seeds and makes them grow. Our history is made of cultivated human experiences and relations with 'designers' that are certainly professional, but basically human, relations. We are not so interested in design, we are interested in the opportunities that this job provides, of having relations with other people.

Such experiences then settle into things. It's like shooting a film. Behind any project, there's a story that comes from a life experience. Such experiences turn into furniture". And Francesco Binfaré adds: "I am interested in people and in what they have on their minds.

For me, things are bagfuls of contents and messages. Designers don't do anything on their own, and neither do art directors, or businessmen.

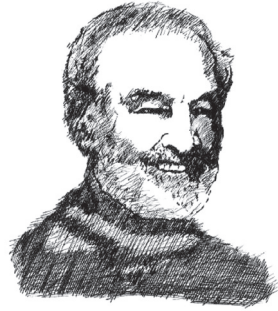
We come from a world where there were Buster Keaton and Charlie Chaplin, such great actors, where one man keeps everything together.

In fact, we get into a world where there are Fellini, Mastroianni and De Laurentis. It takes all three men, and in this cooperation designers put their stories into a sofa".

Francesco Binfaré

Francesco vante un parcours profond et consolidé au fil des ans avec Edra. C'est un intellectuel, un philosophe, un artiste. Il est né et vit à Milan et apprend le dessin et la peinture auprès de son père. En 1960, il rencontre Cesare Cassina qui est le premier à lui offrir la possibilité de pratiquer l'art dans le secteur industriel. De 1969 à 1976, il dirige le centre Cesare Cassina, parrainé par Cassina et C&B Italia (aujourd'hui B&B Italia).

Par la suite, il fonde le Centre de design et de communication pour la recherche et la promotion de projets de design. En 1992, il est appelé par Massimo Morozzi pour concevoir pour Edra. Cette rencontre marque le début d'une nouvelle saison, unique et fascinante, avec des inventions de grands canapés tels que l'**Homme et la Femme**, **Flap**, **On the Rocks**, **Sofà**, **Sherazade**, **Sfatto**, **Standard**, **Absolu**, **Essential**, **Pack**, **Grande Sofice**, et le fauteuil **Chiara**, des projets qui renferment, dans l'idée et la forme, à travers un langage essentiel, communicatif et intemporel, la précision sémantique, le plaisir de la performance, l'intention interactive, la curiosité et l'intérêt pour le corps humain et le confort porté au plus haut niveau.



Francesco has built firm and deep relations with Edra over the years, is an intellectual, a philosopher, an artist. He was born and lives in Milan, and he learnt drawing and painting from his father.

In 1960, he met Cesare Cassina, the first who gave him a chance to practice his art in an industrial environment. From 1969 to 1976, he directed Centro Cesare Cassina, sponsored by Cassina and C&B Italia (now known as B&B Italia). Then, he established Centro Design e Comunicazione, committed to supporting research and design projects. In 1992, he was called by Massimo Morozzi to design for Edra. That meeting marked the start of a new, unique, fascinating season, when he invented great sofas, such as l'**Homme et la Femme**, **Flap**, **On the Rocks**, **Sofà**, **Sherazade**, **Sfatto**, **Standard**, **Absolu**, **Essential**, **Pack**, **Grande Sofice** and **Chiara** armchair, projects in which he summed up, in form and concept, semantic accuracy, the pleasure of performance, an interactive intent, a curiosity for and an interest in the human body, and the very peak of comfort, in an essential, communicative and timeless language.

Fernando et Humberto Campana

Artistes expérimentaux. Ils sont nés à Brotas, au Brésil. Ils donnent vie à Estudio Campana en 1983, caractérisé par la recherche constante de solutions d'ameublement innovantes. Ils intègrent le transformisme et la réinvention, réussissant à embellir les objets humbles de la vie quotidienne et les matériaux communs. C'est avec **Vermelha**, présentée en 1998, qu'ils scellent le premier partenariat avec Edra. La même année, le MoMa de New York leur consacre une exposition, organisée par Paola Antonelli, intitulée *Project 66 : Campana/Ingo Maurer*. Avec Edra, ils ont conçu entre autres les canapés **Boa** et **Cipria**, les fauteuils **Corallo**, **Favella** et **Grinza**, les chaises **Blue Velvet** et **Jenette**, la collection **Campana Beds**, les tables **Brasilia**, la lampe **Campana** et les meubles de rangement **Cabana** et **Scrigno**. Ils ont également aménagé avec Edra *le Café Campana* au Musée d'Orsay à Paris.



Experimental artists. They were born in Brotas, Brazil. They founded the Estudio Campana in 1983, known for its relentless search for innovative interior design. They embraced evolution and reinvention and managed to elevate the humble things, everyday items and ordinary materials. It was with the **Vermelha** armchair, presented in 1998, that they sealed up their first partnership with Edra. In the same year, the MoMa of New York dedicates them an exhibition curated by Paola Antonelli entitled *Project 66: Campana/Ingo Maurer*. Together with the company, among others, they designed **Boa** and **Cipria** sofas, **Corallo**, **Favela**, and **Grinza** armchairs, **Blue Velvet** and **Jenette** chairs, the **Campana Beds** Collection, **Brasilia** tables, **Campana** lamps, **Cabana** and **Scrigno** cabinets. In collaboration with Edra, they also projected *Le Café Campana* inside the Musée d'Orsay in Paris.

Jacopo Foggini

Né à Turin mais Milanais d'adoption. Explorateur qui voyage à travers l'art et le design. Au cours d'une période de travail dans des entreprises familiales, il découvre la nature polyvalente du polycarbonate, un matériau courant utilisé normalement pour produire des réflecteurs de voiture. Fasciné par les qualités esthétiques et chromatiques de ce matériau, il commence au début des années 1990 à expérimenter son utilisation pour créer des installations et des œuvres d'art. Après ses débuts en 1997, avec une installation dans l'espace de Romeo Gigli, il ouvre sa propre galerie à Milan. Avec Edra depuis 2009, année de présentation de la table **Capriccio**, il conçoit des objets, comme des pièces uniques, de grande expressivité et personnalité : les chaises **Gina**, **Gilda B.**, **Ella**, les fauteuils **Margherita**, **Alice**, **Ester** et les tables **Egeo** et **Cicladi**.

Le projet spécial de la chaise **Nel Blu Dipinta di Blu** vient décorer le restaurant du *Musée d'Orsay à Paris*.



Born in Turin but Milanese by choice. An explorer who travels through art and design. While working in the family businesses, he discovered the versatile nature of polycarbonate, an ordinary material that is generally used to make car reflectors. Fascinated by the aesthetic and chromatic qualities of such material, in the early '90s he started to experiment with it, to create works of art. After his debut in 1997, with an installation in the space of Romeo Gigli he opens his own personal gallery in Milan.

Edra since 2009, the year his **Capriccio** table was launched, he has designed objects, unique pieces of great expressiveness and personality, such as the **Gina**, **Gilda B.** and **Ella** chairs, the **Margherita**, **Alice** and **Ester** armchairs or the **Egeo** and **Cicladi** tables.

The special project **Nel Blu Dipinta di Blu** chair set up the *Musée d'Orsay* restaurant in Paris.

Masanori Umeda

Le plus proche de la sphère du design, mais caractérisé par une forte poétique. Il voit le jour à Kanagawa, au Japon. Diplômé de l'école de design Kuwasawa à Tokyo en 1962, il s'installe à Milan en 1967 où il commence à travailler dans le studio d'Achille et Piergiacomo Castiglioni. De 1970 à 1979, il a été consultant en design pour Olivetti. En 1980, il retourne au Japon et fonde son propre studio à Tokyo : u-Metadesign Inc. Parmi ses œuvres les plus importantes figure le lit Tawaraya de 1981 conçu pour Memphis, un groupe radical formé à Milan sous la direction du designer Ettore Sottsass et dont Umeda a été membre. En 1990, il a fait ses débuts avec Edra en présentant, à Brera à Milan, les fauteuils **Getsuen** et **Rose Chair**, à travers lesquels il tente de reconnecter le design et la nature après une période d'industrialisation mondiale d'après-guerre. Il a participé à diverses expositions internationales. Parmi ses récompenses : le prix **Braun** en Allemagne, le prix de l'*Association des Designers Commerciaux Japonais* et le *Grand Prix du Design du Verre*.



The one closest to the dimension of design but imbued with a deep-rooted poetics. He was born in Kanagawa, Japan. He graduated from Kuwasawa Design School in Tokyo in 1962, and in 1967 he moved to Milan to work in Achille and Piergiacomo Castiglioni's studio. From 1970 to 1979, he was design consultant for Olivetti. In 1980, he went back to Japan and opened his own studio in Tokyo: U-Metadesign Inc. Among his most important works, the bed Tawaraya of 1981, designed for Memphis, a radical group born in Milan under the guidance of the designer Ettore Sottsass and of which Umeda was a member. In 1990, he made his debut with Edra

in Brera, Milan, by launching the armchairs **Getsuen** and **Rose Chair**, with which he attempts to reconnect design and nature after a period of post-war global industrialization. He took part in several international exhibitions. Among his awards: the *Braun Prize* in Germany the *Japanese Associated Commercial Designer's Prize* and the *Great Prize for Glass Design*.

PACK

TEMPS DE DÉGEL.
SOLITUDE DE PLUSIEURS.
LE BONHEUR AU SOLEIL.
AZUR. AVENTURE.
L'ESPOIR D'UNE NOUVELLE SAISON.
L'OURS, L'AUTRE, LE DIFFÉRENT.
LA DOUCEUR AFFECTIVE DE LA DIVERSITÉ.
DU FROID, DE LA PEUR,
LE COURAGE, LE JEU RISQUÉ DE LA VIE.
SENTIMENT DE RENAISSANCE.
PLAISIR DE RETROUVER DES LIEUX ET DES AMIS
ÉLOIGNÉS.
CÉLÉBRER.

LA FORME OUVRE UN NOUVEL ESPACE
DANS L'ESPRIT ET DANS LA MAISON
UN ESPACE OUVERT POUR DE LOISIRS ET DE VIE.
UN COIN D'INTIMITÉ.
UN NID CHAUD.

FRANCESCO BINFARÉ

PACK

TIMES OF ICE MELTING.
 LONELINESS OF MANY.
 HAPPINESS UNDER THE SUN.
 BLUE. ADVENTURE.
 HOPE FOR A NEW SEASON.
 THE BEAR. THE OTHER. THE DIVERSE.
 THE AFFECTIONATE SOFTNESS OF DIVERSITY.
 FROM FEAR AND COLD
 TO BRAVERY, TO THE RISKY GAME OF LIFE.
 THE FEELING OF BEING BORN AGAIN.
 THE PLEASURE OF MEETING AGAIN FRIENDS FROM
 FAR AWAY.
 CELEBRATE.

FORM OPENS A NEW SPACE.
 IN OUR MIND AND HOME.
 AN OPEN SPACE TO PLAY AND LIVE.
 AN ANGLE OF INTIMACY.
 A WARM NEST.

FRANCESCO BINFARÉ

Pack

Canapé qui représente une banquise polaire sur laquelle repose un ours. Dans la version noire, nocturne, il exprime l'intimité et le mystère.

Sofa that looks like an ice pack with a bear lying on it. The black, nocturnal version expresses intimacy and mysteriousness.

“Venez, laissez-moi vous présenter!”

“Come, let me introduce you!”



WORDS Leonardo Volpi



1.70

Amor

“Se connaître et apprendre à se connaître est un investissement qui favorise et augmente la qualité et la genèse du produit.”

“Knowing, and knowing each other, is an investment that boosts and increases the quality and development of a product.”

Chaque semaine, il m'arrive de rencontrer des amateurs du *Cercle d'Edra*, généralement accompagnés de Monica ou de Valerio, qui brossent un portrait de ma personne et de mon travail. Ayant tendance à être une présence en coulisses, je suis interrompu par une série de plaisanteries, généralement suivies par un : « Ca fait combien d'années que vous travaillez ici ? »... Et nous sommes mal partis, car c'est un aveu de vieillesse non voilé. Les seules réactions sont de hausser les épaules ou de s'enorgueillir et de gonfler la poitrine. Heureusement, les arguments tendent alors à glisser rapidement de la quantité temporelle à la quantité matérielle du travail, notamment, et surtout, pour mon rôle technique.

Les expériences, les rendez-vous et les anecdotes les plus représentatifs se croisent, s'adaptant au moment et aux interlocuteurs. Mais le rappel de l'appellatif que Massimo Morozzi m'a donné n'a jamais manqué : « Troisième frère Campana ». En fait, Fernando et Humberto ont déjà un autre frère, donc je ne pense pas qu'ils ressentent le besoin d'en avoir un quatrième, surtout secret et étranger ; je suppose que mon rôle d'interprète/traducteur de leur forma mentis suffit.

Bref, une classification qui semble pouvoir miner les relations parentales ou de sang, mais qui est de nature à introduire le sujet qui m'est cher des relations qui s'établissent dans la fréquentation du cercle ré-créatif d'Edra.

L'existence de l'entreprise Edra, certainement comme d'autres, est marquée par des rituels quotidiens et des figures

Once a week, like clockwork, I happen to meet the members of the *Edra Club*, usually accompanied by Monica or Valerio, who launch out into an impromptu introduction of me and my job. By and large inclined to stay in the background, they stop me for a few nice greetings, usually led off by: “How many years have you been with us, now?”...

And we are off to a bad start, because it is an unveiled admission of real old age. The only response can be either shrugging your shoulders or puffing out your chest with pride. Luckily, though, then the conversation tends to quickly slide off from the temporal to the material amount of my job, not least, or above all, because of my technical role.

It's a crossfire of experiences, meetings and the most revealing anecdotes, adapted to the moment and to the audience. But never once was I spared a reminder of the moniker Massimo Morozzi pinned on me as the 'third Campana brother'. In fact, Fernando and Humberto already have a brother, so I don't think they need a fourth one, and a secret one, besides, and from overseas; I guess my role as an interpreter/translator of their forma mentis is quite enough for them.

In other words, a classification that might apparently undermine family or blood ties, but such as to throw open one of my favourite subjects, the relations that one builds as one hangs around the re-creation club that is Edra.

The existence of Edra, the company, as others certainly do, is



Leonardo Volpi
au travail lors de la conception d'un
nouveau produit,
while working on a new product.

personnelles qui font partie de cet album photo toujours ouvert et intensément familier.

On commence par des relations « légères », qui deviennent exceptionnelles avec le temps : les relations avec les designers, ou plutôt les auteurs, et les différents interlocuteurs intermédiaires, qu'ils soient collaborateurs, fournisseurs ou consultants, s'avèrent fondamentales et absolument vitales dès lors que les affinités d'intention convergent. Se connaître et apprendre à se connaître est un investissement qui favorise et augmente la qualité et la genèse du produit. L'apport intéressé et l'échange correspondant peuvent générer des points de vue différents ou inédits : l'individu a en tant que tel la limite de sa seule connaissance et de sa seule projection. Le projet nécessite la concertation de plusieurs acteurs où, tour à tour, contribue - je cite Massimo Vignelli - avec la Sémantique, la Syntaxe et le Pragmatisme.

On commence par une signification qui indiquera les bases pour comprendre l'esprit, le comportement et les relations avec le mode opératoire de l'entreprise. La syntaxe indiquera les processus, les langages, les relations entre les composants, et ensuite nous nous interrogerons sur le pragmatisme, c'est-à-dire la signification pratique de l'objet: est-il utile ? A-t-il besoin d'une explication ? L'aspect final est-il clair ou laisse-t-il planer une incertitude ? Éphémère ou transitoire ou au-delà des modes et des styles ? Chez Edra, c'est un impératif moral d'avoir pour objectif de concevoir des choses qui ont une longue vie esthétique et pratique, ou du moins nous essayons. Le

punctuated by daily rituals and personal figures that belong to that permanently-open and intensely familiar photo album.

One starts with ordinary relations, which then turn into exceptional ones over time: the relations with the designers, nay, the authors, and with all the people in between, whether they are members of staff, suppliers or consultants, turn out to be essential and absolutely crucial once the communion of intents coincide. Knowing, and knowing each other, is an investment that boosts and increases the quality and development of a product.

An earnest contribution and the ensuing exchange can open up new or unexpected points of view: the only limit of an individual as such as his individual knowledge and his individual projection. A project involves the cooperation of multiple parties, where, in turn, each one contributes - I am quoting Massimo Vignelli - with the Semantics, the Syntactics and the Pragmatics.

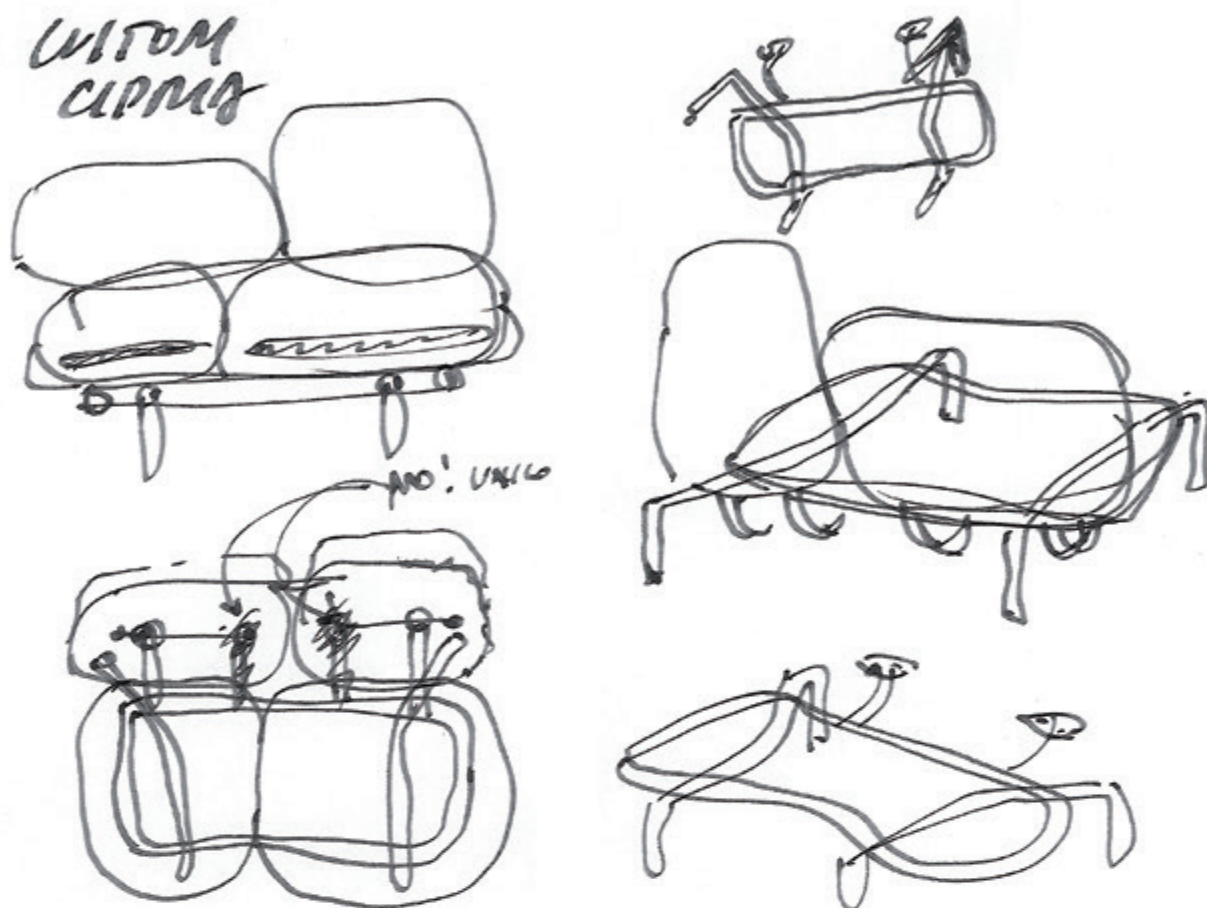
One starts with a meaning that will point to the layout, so as to understand the spirit, the behaviours and the connections with the company's modus operandi. The Syntactics will show the processes, languages, relations among the components, so we can eventually question ourselves about the Pragmatics, that is, the practical meaning of a product: is it useful? Does it need to be explained? Is the final appearance clear or still uncertain? Ephemeral, or short-lived, or unaffected by trends and styles? The moral imperative at Edra is striving to design things that have a long aesthetic and practical life, or at least we try.

“

CHEZ EDRA, C'EST UN IMPÉRATIF MORAL D'AVOIR POUR OBJECTIF DE CONCEVOIR DES CHOSES QUI ONT UNE LONGUE VIE ESTHÉTIQUE ET PRATIQUE. LE TERME D'INNOVATION FAIT PARTIE DE TOUT CELA, CE QUI SUGGÉRERAIT AUTOMATIQUEMENT UN PROGRÈS TECHNOLOGIQUE, MAIS QUI SE TRADUIT DANS L'ENTREPRISE PAR UNE 'OFFRE D'AMÉLIORATION CONCRÈTE'.

THE MORAL IMPERATIVE AT EDRA IS STRIVING TO DESIGN THINGS THAT HAVE A LONG AESTHETIC AND PRACTICAL LIFE. THE WORD INNOVATION HAS ITS PLACE IN ALL THIS, BUT, DESPITE AUTOMATICALLY SUGGESTING TECHNOLOGICAL ADVANCEMENT, AT THE COMPANY IT IS TRANSLATED AS 'OFFERING AN ACTUAL IMPROVEMENT'

”



Cipria
Croquis du projet.
Sketches of the sofa.

terme d'*Innovation* fait partie de tout cela, ce qui suggérerait automatiquement un progrès technologique, mais qui se traduit dans l'entreprise par une 'offre d'amélioration concrète', plus souvent fertile au déploiement d'un certain effort mental humain plutôt que technologique-mécanique. Ce n'est pas un ingrédient nécessaire mais il favorise la communication d'un produit. Ainsi, le travail effectué est étroitement lié aux nombreuses personnes du *Cercle d'Edra*, dont chacune garde l'attention nécessaire à la réalisation des projets, des produits et des processus, contrairement aux tendances en matière de renouvellement. Plus ces personnes restent longtemps, plus elles peuvent apporter leur contribution. Voilà pourquoi chaque jour il arrive d'être confronté à la nécessité d'engager positivement l'esprit pour une socialité fondamentale et constructive.

« Enchanté ! Je m'occupe des nouveaux produits ! »

The word *Innovation* has its place in all this, but, despite automatically suggesting technological advancement, at the company it is translated as 'offering an actual improvement', more often than not the fruitful result of human mental effort rather than a technological-mechanical one. It's not an essential ingredient but it makes a product easier to communicate. Thus, all the work carried out, is tightly bound to the many members of the *Edra Club*, each one keeping the attention focussed on the achievement of projects and products and processes, as opposed to the current trend towards disposability. The longer these people stay, the more they can give. So, once a day, like clockwork, I happen to feel I have to positively use my mind for essential constructive sociability.

"Pleased to meet you! I am responsible for product development!"

Leonardo Volpi

Leonardo Volpi

Né en 1961, après des études artistiques, il ouvre son propre studio de design. Il a entamé différentes collaborations, au cours desquelles il était chargé de la conception de produits, la réalisation des prototypes, des séances photos et des expositions lors de salons. Des expériences importantes où il évolua professionnellement, développant une approche réaliste de la conception des projets, qui l'a amené à occuper depuis plusieurs années le poste de Responsable de la conception et du développement des prototypes au sein d'Edra.
Born in 1961, after studying art, he opened his own design firm. He started various collaborations, where he was responsible for design, prototyping, photo shoots and exhibition plans. An important background where he grew professionally, taking a realistic approach to design, which a few years ago led him to be appointed Edra's Prototype Development and Design Manager.

LE CORPS & L'ÂME DU PROJET

Chez Edra, nous avons notre propre rythme et notre propre approche. Lorsque nous lançons un nouveau projet, nous ne savons pas ce qu'il en adviendra. C'est une imprévisibilité qui ouvre toujours de nouvelles voies et nous permet de créer les objets 'beaux et bien faits' qui composent notre collection. Lorsqu'ils franchissent le seuil de l'entreprise, les auteurs n'ont souvent même pas de dessin en main. Mais ils ont une idée en tête. De leur récit à la présentation du produit, il peut parfois s'écouler plusieurs années. Et les interventions sont toujours nombreuses. Dans ce processus, le projet prend vie et donne forme à des idées, grâce au dialogue, à la comparaison et à l'expérimentation, qui sont traduites en un nombre indéfini de prototypes pour tendre vers la perfection.

BODY AND SOUL OF THE **PROJECT**

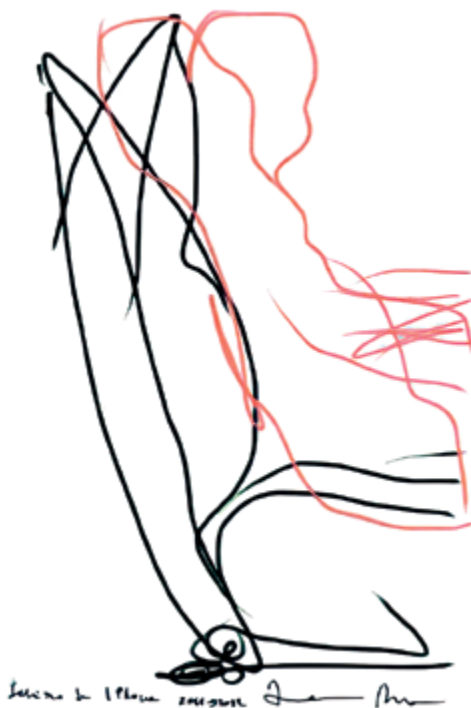
At Edra, we have our own pace and our own approach. When we start a new project, we don't know exactly what will come of that. It's an unpredictability that always opens up new paths, because it always opens up new avenues and challenges us to create the 'beautiful and well-made' products that make up our collection. Often, when they come to the company, the authors don't have a single drawing in their hands. But they have an idea in their heads. Sometimes, it takes years to launch their story onto the market. And many voices step in, every time. In the process, the project comes to life and adds substance to the ideas, through dialogue, experimentation and an exchange of views that translate into an indefinite number of prototypes as we aim for perfection.

Le squelette

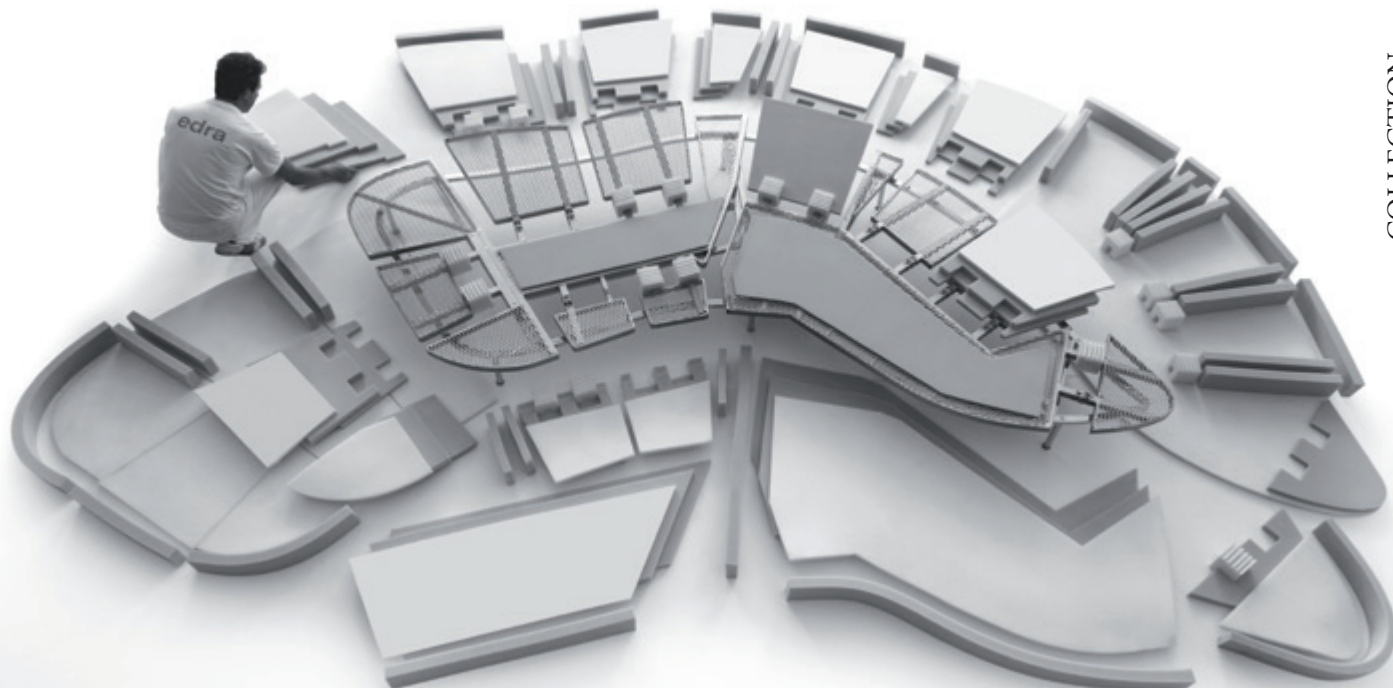
Le dialogue entre l'innovation et les compétences manuelles permet d'obtenir des structures d'une qualité impossible à atteindre avec la production industrielle. C'est ainsi que sont nés les squelettes des œuvres d'avant-garde, qui sont ensuite devenus de grands classiques. L'un des brevets dont nous sommes fiers est celui du **COUSSIN INTELLIGENT**. Cachés dans l'oreiller, des articulations 'spéciales' permettent de le modeler à volonté, de manière simple et sans effort, alors qu'un composant dérivé du secteur aéronautique peut le faire pivoter de 180 degrés. Avec une légère pression de la main, le coussin peut être relevé, abaissé ou prendre la configuration la plus appropriée à l'assise. Que ce soit le dossier ou l'accoudoir, grâce à ces petits chefs-d'œuvre d'ingénierie, chacun peut trouver sa position idéale. Cette nouvelle façon de concevoir est à la base des canapés **ABSOLU**, **ESSENTIAL**, **GRANDE SOFFICE** ET **STANDARD**, auxquels s'ajoutent le

The skeleton

The dialogue between innovation and manual skills brings to life such high-quality structures that no industrial process could possibly achieve. That is how the skeletons of cutting-edge products that have turned into great classics were born. A patent we are proud of is that of the **SMART CUSHION**. There are, hidden in the cushion, some 'special' articulated joints that can be moved around to give it the shape you like, easily, effortlessly: while an aircraft-derived component can turn it by 180 degrees. With the flick of a hand, the cushion can be straightened up, pushed down or adjusted to the seat until it fits perfectly. Whether it is a backrest or an armrest, with these little masterpieces of engineering, anyone can find their ideal position. It is this new way of designing that underpins the **ABSOLU**, **ESSENTIAL**, **GRANDE SOFFICE** and **STANDARD** sofas, with the recent addition of the **CHIARA** armchair and the **STAND**



Coussin Intelligent
Croquis et détail du brevet.
Sketches and detail of the patent.



fauteuil **CHIARA** et le lit **STAND BY ME**. La structure du canapé **FLAP**, composée de 128 pièces en acier et de 16 charnières spéciales, est contenue dans un rembourrage composé de 184 sections en polyuréthane de différentes densités. Le tout dans une épaisseur de 14 centimètres. Cela permet au canapé de se transformer : la forme sinueuse du plan offre neuf parties qui peuvent être inclinées selon six angles différents. Chacune peut être utilisée comme dossier, accoudoir, appui-tête, assise ou repose-pieds. Le

BY ME bed. The frame of the **FLAP** sofa, consisting of 128 steel parts and 16 special hinges hidden in the padding, which is split into 184 multi-density polyurethane sections. All this, in a fourteen-centimetre section.

The skeleton lets the sofa change: the curving outline of the top accommodates nine tilting parts that can be set at six different angles.

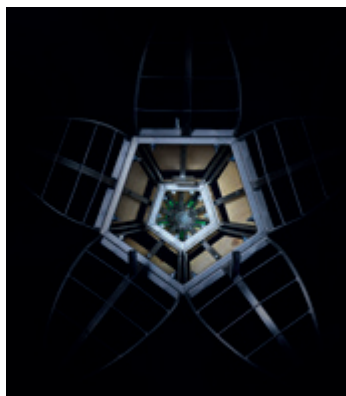
Each can be used as a backrest, an armrest, a headrest, a seat or a footrest.



Flap

Structure en éclaté du canapé et croquis du projet.
Exploded view of the frame and design sketch of the sofa.

squelette du fauteuil **GETSUEN** est une solide armature en acier qui est le résultat du travail d'une équipe d'ingénieurs spécialisés dans la construction de ponts. Les pétales de la **ROSE CHAIR** sont rembourrés un par un à la main et sont assemblés en couches sur un cadre métallique façonné. Les pieds sont en aluminium massif. Enfin **TATLIN**, avec une structure spéciale en acier en spirale façonnée à la main, résultat d'un travail savant d'ingéniosité.



Getsuen
Détail de la structure du fauteuil.
Detail of the frame.

The skeleton of the **GETSUEN** armchair is a sturdy hand-moulded steel frame. The feet are the result of the efforts of a team of engineers specialising in the building of bridges. The petals of the **ROSE CHAIR** are padded by hand, one by one, and layered over a moulded metal frame with little sections of bent wood. The legs are solid aluminium. Last but not least, the **TATLIN**, with its special hand-moulded steel spiral frame, a real stroke of genius.



Tatlin
Détail de la structure du canapé.
Detail of the frame.

L'âme

L'âme souple de nombre de nos produits est constituée de **GELLYFOAM®**, un matériau dérivé du secteur biomédical. Il s'agit d'une mousse spéciale, qui combine douceur et soutien, accueillant le corps de la manière la plus agréable qui soit. Pour atteindre ce niveau d'excellence, le brevet a nécessité des années d'expérimentation. Souvent combiné à de la mousse de polyuréthane, de la ouate et des plumes, Gellyfoam® enveloppe des structures solides et flexibles.



Gellyfoam®
Tests de souplesse et de résistance du brevet.
Testing the softness and strength of the patent.

The Soul

The soft soul of many of our products is made of **GELLYFOAM®**, a material inspired by the biomedical industry. It is a special foam that combines softness with support, hugging the body in the most pleasurable cuddle. The patent took years of testing to reach this level of excellence. Often mixed with polyurethane foam, cotton wool or down, the Gellyfoam® enwraps strong and flexible structures.



Grande Sofrice
Sofa modulaire avec lignes douces et angles arrondis.
Modular sofa with soft lines and rounded corners.

La peau

L'étude du revêtement fait partie intégrante du projet et les matériaux avec lesquels il est réalisé ne sont pas un simple élément accessoire. Ils en sont la peau. Il s'agit d'un costume sur mesure, un pardessus qui est conçu, dimensionné et cousu sur le produit. Il s'agit de cuirs et de tissus fabriqués exclusivement pour répondre à des exigences spécifiques de performance et de qualité. Les effets visuels et tactiles se combinent avec la structure de chaque création, les qualités esthétiques communiquent l'identité de l'objet.

Par exemple, la texture du tissu d'**ON THE ROCKS**, choisi avec un fond sombre, rappelle la surface des rochers ou d'une roche, partiellement recouverte de mousse et de lichen. En même temps, le fil qui émerge, coupé dans la trame, crée une texture libre, ce qui lui assure une bonne tenue dans le temps. Avec ses couleurs, délibérément

noires et blanches, le tissu de l'assise de **PACK** rappelle les différentes couches de la banquise polaire, leur vision de jour et de nuit. Grâce à la double structure et à l'épaisseur importante, le tissu lourd et volumineux du **GRANDE SOFFICE** repose sur le corps souple du canapé, garantissant ainsi la combinaison de la prise de l'assise, le revêtement et la technologie du Coussin Intelligent. La peau devient parfois un élément structurel, en polycarbonate, métal, acrylique. Dans le cas de **VERMELHA**, il enveloppe le squelette avec 500 mètres de corde spéciale. Dans la chaise **GINA** et le fauteuil **MARGHERITA**, un tissage de polycarbonate 'brodé' à la main crée un nid protecteur qui joue avec la lumière, prenant des nuances et des brillances en perpétuel changement.

The Skin

The study of the upholstery is an integral part of the project and the materials with which it is made are not a simple accessory element. They are the skin. They are a tailor-made dress, an outerwear which is designed, sized and sewn onto the product. It is available in leathers and textiles that have been exclusively made to meet specific performance and quality standards.

The visual and tactile feel combines with the frame of every creation, while the aesthetic qualities convey the identity of the product.

For instance, the texture of the upholstery in **ON THE ROCKS**, recalls the surface of a rock or a cliff, partly covered with moss and lichens.

At the same time, the yarn that shows, cut in the weft, creates a loose texture that makes it more durable.

With its colours, deliberately whittled down to black and white, the upholstery on the seat of the **PACK** looks like the layers of the arctic ice pack, the daily and nightly sight of it. With the double frame and the sizeable section, the thick, chunky upholstery of the **GRANDE SOFFICE** rests on the soft body of the sofa, for a perfect combination between the depth of the seat, the upholstery and the Smart Cushion technology.

The skin can sometimes turn into a structural polycarbonate, metal, wood and fiber. In the **VERMELHA**, it envelops the skeleton in 500 metres of a special rope. In the **GINA** chair and in the **MARGHERITA** armchair, a tangle of hand-'embroidered' polycarbonate creates a protective nest that plays with light, suffused with ever-changing shades and glints.



Le temps
donne de la
Valeur

NOTRE DÉFI EST DE TOUJOURS CRÉER DES OBJETS
CAPABLES DE RÉPONDRE AUX CHANGEMENTS DE
NOTRE HABITAT, SI POSSIBLE DE LES ANTICIPER.

Time
creates
Value

OUR GOAL IS ALWAYS TO CREATE OBJECTS
CAPABLE OF RESPONDING TO THE CHANGES IN
OUR HABITAT, IF POSSIBLE ANTICIPATING THEM.

Nous nous sommes demandé s'il était possible de combler le manque d'opportunités et de rencontres causé par l'absence du Salone del Mobile.Milano 2020 et si nous pouvions présenter les nouveautés à travers d'autres canaux. La réponse se trouve dans l'un des principes sur lesquels nous avons construit notre identité : attendre le bon moment.

Nous le faisons également dans la production. Il nous est arrivé de travailler sur des projets pendant des années avant de les mettre sur le marché. Nous avons réalisé des dizaines de prototypes d'un seul canapé, qui différaient parfois de quelques détails, difficiles à trouver au premier coup d'œil. Le défi que nous nous fixons toujours est de créer des objets capables de répondre aux changements de notre habitat, si possible de les anticiper, tout en restant actuels. Ce n'est pas facile, mais c'est la seule façon d'atteindre une qualité optimale dans la production d'objets de design, au sens le plus profond du terme. Cela nous amène à ne pas courir après la nouveauté 'à tout prix'. Il y a un temps pour tout.

Le Salone del Mobile.Milano a un double visage. D'une part, il est unique. C'est le moment idéal pour se rencontrer. C'est Milan qui nous accueille. L'Italie est à son meilleur niveau. Il est impossible de le remplacer par autre chose. D'autre part, il marque le temps des nouveaux produits. Ce système nous a amené à présenter de nouveaux produits chaque année. Parfois inutiles. Et pas seulement dans l'aménagement. Le risque est que le Salon se transforme en une course, que l'anxiété d'arriver à l'heure se répercute négativement sur la qualité.

C'est également pour cette raison que nous avons décidé de reporter la présentation des nouveaux produits jusqu'en 2021.

We have been asked how can one make up for the lack of meetings and opportunities for the want of Salone del Mobile.Milano 2020, and whether showcasing our latest news through some other channel might be an option. We answered that one of the principles that underpin our identity is waiting for the right time. We do that in our production too. We have happened to work on projects for years before we show them. Of a sofa, we have made tens of prototypes, sometimes differing in a few tiny details that were barely noticeable at first glance.

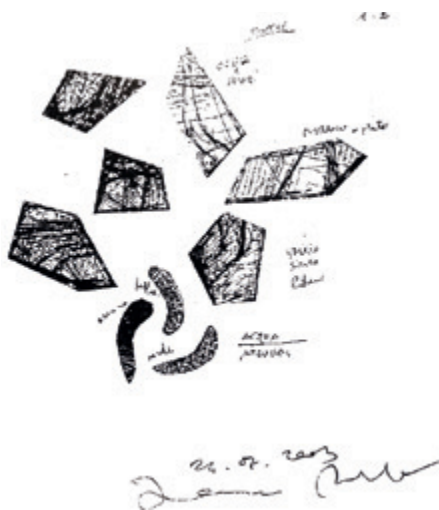
The challenge we always set for ourselves is creating items that do meet the new requirements of our habitat and staying ahead of the game, if we can, while keeping up to date. It's not easy but it's the only way to go if we want to achieve the greatest quality, in the deepest sense of the word. This prevents us from chasing trends 'at all costs'. There is a time for everything.

The Salone del Mobile.Milano is double sided. On one side, it is one of its kind. It is a wonderful opportunity to meet. It's Milan welcoming us. It's Italy being the best version of itself. It can't be replaced with anything else. On the other side, it marks the time for new products. This system

led us to showcase our latest news, year after year. Sometimes unnecessary ones. And not just in interior design. The latest news of the collection are ready, but, to launch a product, the right time is the one when we can really make it known to our buyers, to the press, to people in general, who can see it, touch it, feel how comfortable it is.

We will be waiting, aware that our collection is timeless.

We never state the year in which our products have been launched.



On the Rocks
 Croquis de conception du canapé, le premier
 à séparer d'abord le siège du dossier.
 Sketches of the sofa, the first to separate the
 seat from the backrest.

“

Nous ne communiquons jamais l'année de présentation de nos produits. Nous cultivons une approche intemporelle du projet.

We never state the year in which our products have been launched. We take a timeless approach to our projects.

”

La collection est prête mais, pour lancer un produit, le bon moment est celui qui nous permet de le faire réellement connaître à nos clients, à la presse, au public qui peut le voir, le toucher, sentir son confort. Nous attendons, conscients que notre collection n'a pas de saison.

Nous ne communiquons jamais l'année de présentation de nos produits. Nous cultivons une approche intemporelle du projet : la distinction entre les anciennes et les nouvelles pièces n'a aucun sens. Cette année, par exemple, nous célébrons le 30^e anniversaire de la *Flowers Collection* et le 20^e anniversaire du *Flap*. Avec *Getsuen* and *Rose Chair*, Masanori Umeda reconnecte le design avec la nature après l'industrialisation des années 1970. Avec *Flap*, Francesco Binfaré fait du canapé un objet polyvalent, par rapport à la personne qui l'utilise et à l'espace dans lequel il s'insère. Deux thèmes qui semblent plus que jamais d'actualité aujourd'hui.

Le temps donne de la valeur.

We take a timeless approach to our projects: the distinction between old and new pieces makes no sense.

For instance, this year, we celebrate the thirtieth anniversary of the *Flowers Collection* and the twentieth anniversary of *Flap*. With *Getsuen* and *Rose Chair*, Masanori Umeda reconnects design with nature after the '70s industrialisation. With *Flap*, Francesco Binfaré makes the sofa a versatile item, for the person who uses it and for the space in which it stands.

Two themes that sound more relevant than ever, nowadays.

Time creates value.

On the Rocks
meuble une résidence
historique à Plaisance.
furnishes a historic residence
in Piacenza



L'ÉTERNEL
CONTEMPORAIN

THE ETERNAL
CONTEMPORARY



WORDS Pierluigi Masini

J'ai toujours considéré les propositions d'ameublement d'Edra comme quelque chose d'extrêmement innovant mais en même temps classique. Maintenant que je me retrouve à écrire sur le sujet, je me demande : est-il vraiment possible d'être à la fois classiques et innovants?

Cela semble être deux éléments contradictoires. L'innovation va dans un sens : elle est rapide, intuitive, voire erratique, explosive. Le classicisme repose sur d'autres bases, il a besoin de récupérer des sédiments de la mémoire ancienne, de rassembler des formes métabolisées et des suggestions qui font partie de nous, de notre culture. Elles font partie de notre paysage intérieur, fait de formes et de dimensions que nous portons inconsciemment en nous.

Le classique est par définition intemporel: c'est un autre élément qu'Edra introduit dans sa vision de l'architecture d'intérieur.

Cela implique que ses produits soient transmis de génération en génération : tout le contraire de ce que le design a toujours soutenu, avec les rituels des nouveautés du salon, les collections qui suivent la mode, etc. J'y reviendrai plus tard.

Je repars plutôt de mon sentiment personnel devant certains canapés et fauteuils qui, après des années, de nombreuses années, voire des décennies, continuent à susciter en moi des émotions et des réflexions. Je pense que ce magazine, une nouvelle aventure qui fait d'Edra un courageux éditeur de presse écrite, est l'instrument le plus approprié pour exercer et partager certains arguments.

Je voudrais faire un premier exemple qui me permettra, je pense,

I have always thought of interior design by Edra as of something extremely innovative yet classical.

Now that I am writing about it, I wonder: can one be really innovative and classical at the same time?

This sounds like an oxymoron.

Innovation moves one way: it is fast, user-friendly, even aggressive in its timing, disruptive.

Classicism rests on different grounds, it needs to salvage the vestiges of ancient memories, to put together deeply assimilated forms and suggestions that belong to us, to our culture.

They belong to our inner landscape, made of shapes and sizes that we unconsciously carry within ourselves.

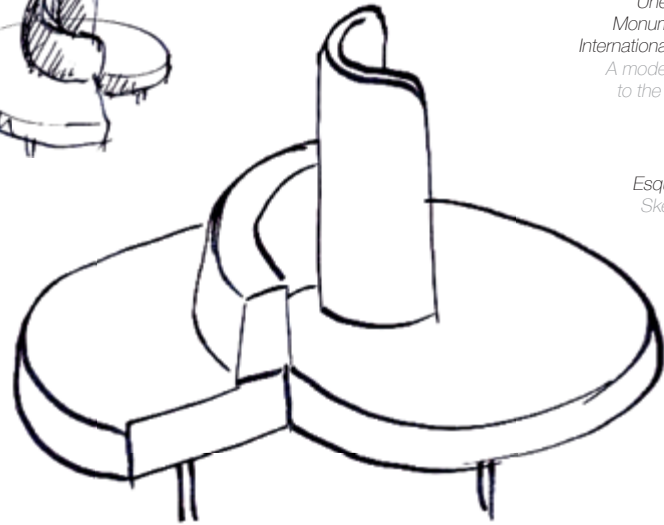
And by definition, a classic is timeless: this is another factor that Edra puts into its view of interior design.

It proposes that its products be passed down the generations: just the opposite of what design has always supported, what with the rituals of the latest from the Salone del Mobile, the collections that move at a pace with fashion, and so on and so forth. But I'll come back to this.

Now, I want to go back to my personal feelings about some sofas and armchairs that, years later, many years later, decades actually, still arouse emotions and thoughts in me.

I am thinking that this Magazine, a new adventure that makes Edra a brave print publisher as well, is the right training ground to practise and share certain musings.

I would like to make a first example that I think may help explain



Vladimir Tatlin
 Une maquette de son
 Monument à la Troisième
 Internationale, Moscou, 1920.
 A model of his Monument
 to the Third International,
 Moscow, 1920.

Tatlin
 Esquisses du canapé.
 Sketches of the sofa.

de me faire mieux comprendre. Commençons par **TATLIN**, un canapé né de la plume de Mario Cananzi et Roberto Semprini il y a plus de trente ans, en 1988 pour être exact. Vladimir Tatlin était le père du constructivisme russe, il aimait Picasso et les futuristes, qu'il avait fréquentés à Paris, et il y a un peu plus d'un siècle, il avait conçu le Monument à la Troisième Internationale qui devait atteindre quatre cents mètres de haut et faire de l'ombre au Palais d'Hiver, la résidence du Tsar à Pétersbourg. Bien sûr, ce projet ne vit jamais le jour. Il n'est resté qu'une gigantesque maquette en plastique, un exemple d'architecture inaccessible jusqu'à ce que, au début de son histoire, Edra décide de lancer la production de ce canapé qui est immédiatement devenu une icône : il est rond, il doit être placé au milieu de la pièce, son pinacle de velours doux peut atteindre une hauteur d'un mètre et demi mais il donne l'impression de s'asseoir sur une architecture, d'être au centre de l'attention, de dominer l'environnement. C'est quelque chose qui a rapport avec le projet et la sculpture, une sculpture douce. C'est un plaisir subtil que le Tatlin continue à donner après tant d'années. Comment peut-on y parvenir ?

Je donne un autre exemple, le **BOA** de Fernando et Humberto Campana. Comment pourrions-nous l'appeler ? Je ne sais pas quel terme utiliser : c'est vrai qu'on s'assoit dessus, mais on n'avait jamais vu un canapé fait de tubes de cent vingt mètres de long, tressés pendant des jours. Une structure veloutée dans laquelle s'asseoir au gré de ses envies. Il évoque en moi la fascination des nœuds : ceux que vers l'an 1000 les Byzantins sculptaient dans le marbre et que les Amanuensis irlandais faisaient briller sur leurs codes. Les nœuds que Léonard a laissé sur le plafond de la Sala delle Asse du Castello Sforzesco à Milan. Le nœud qui apparaît sur la ceinture de la Vir Niger de Schifanoia à Ferrare, l'œuvre

what I mean. Let's start with **TATLIN**, a sofa born of Mario Cananzi's and Roberto Semprini's pen over thirty years ago, 1988 for the record. Vladimir Tatlin was the father of Russian Constructivism, he loved Picasso and the Futurists, whom he had met in Paris, and just over a century ago he designed the Monument to the Third International, which had to be four hundred metres tall and cast a shadow on the Winter Palace, the tsars' residence in St Petersburg. Needless to say, the project fell through. A huge scale model was all that was left, an example of architecture that was unattainable until, in the early days of its life, Edra decided to produce that sofa that became an overnight icon: it is round, it must be placed in the midst of a room, its soft velvet pinnacle is barely one and a half metre tall but it feels like sitting on a piece of architecture, it feels like being the centre of attention, like standing all over the place. It is something to do with the design and the sculpture, a soft sculpture. It is a subtle pleasure the one of Tatlin, that, so many years later, it still affords you. How can that be achieved?

I will make another example, **BOA** by Fernando and Humberto Campana.

How would you call that?

I couldn't find a word: of course, you sit on it, but a sofa made of one hundred and twenty metres of tubes entwined together for days is something that has never been seen before. A velvety frame to sit on, every time in a different way.

It reminds me of the charms of knots: those that around the year 1000 the Byzantines used to engrave in marble and that the Irish amanuenses handwrote in their codices.

The knots that Leonardo left on the ceiling of the Sala delle Asse,

de Francesco del Cossa, un personnage énigmatique étudié par Aby Warburg. Bien sûr, même les nœuds d'un peuple, comme les Brésiliens, qui savent utiliser l'artisanat au plus haut niveau en partant de rien. Il y a un monde de références dans un nœud. Et personne n'avait auparavant fait de ce nœud un canapé : un nœud d'amour, d'une alliance complice, un nœud qui tisse des contes et des histoires, des séductions, des souvenirs.

“Ce qui est vraiment moderne est ce qui est digne de devenir ancien... moderne est l'esprit du temps, mais la vraie forme ne peut être que classique”. J'ai souvent pensé à cette phrase de Dino Gavina : il aimait la répéter et je me souviens qu'il l'a prononcée la dernière fois que je l'ai rencontré dans sa maison musée à Bologne. C'est une belle phrase, génératrice de réflexions, à sa manière prophétique : le moderne et l'ancien, le classicisme des formes, le sens de la contemporanéité et de son devenir, l'héritage de ce que nous sommes et que nous devons laisser à ceux qui viendront après nous.

La contemporanéité est la dimension dans laquelle le marché de l'ameublement a toujours évolué : le design italien n'est-il pas né avec ces prémices ? N'a-t-il pas grandi en opposition aux modèles du passé ? N'a-t-il pas dû faire sa place pour s'affirmer par rapport à ce qui existait déjà depuis des siècles ? Ce n'était pas de l'art, ce n'était pas (seulement) de l'artisanat et il a trouvé sa

in the Sforza Castle in Milan. The knot that hangs from the belt of the Vir Niger, painted by Francesco del Cossa in Palazzo Schifanoia in Ferrara, a mysterious character studied by Aby Warburg. Of course, even the knots of a people, the Brazilians, who know how to bring their crafts to the highest levels from scratch. There's a world of inspirations in a knot.

And nobody had ever turned that knot into a sofa before: a knot of love, of conspiratorial alliance, a knot that ties stories and tales, lures, memories together.

“Truly modern is what is worth becoming ancient ... modern is the spirit of the times, but true form cannot but be classical”.

I have often thought of this sentence by Dino Gavina: he loved to repeat it, and I remember he said it the last time I met him in his memorial house in Bologna. It's a beautiful sentence, a begetter of thoughts, prescient in its own way: the modern and the ancient, the classicism of form, the sense of contemporariness and its evolution, the legacy of what we are and that we must leave to those who will come after us.

Contemporariness is the dimension that the interior design market has always moved within: isn't this the background that Italian design was born on? Hasn't it grown as opposed to the models of the past? Wasn't it supposed to gain ground and thrive over what had existed for centuries? It wasn't art, it wasn't



Vir Niger

Peinture de Francesco del Cossa au Palazzo di Schifanoia à Ferrare.
Painting by Francesco del Cossa in the Schifanoia Palace, in Ferrara.



Boa

Fabrication du canapé et une esquisse.
The making of the sofa and a sketch.



“

Edra parie sur la modernité, et hypothèque donc son rôle d'être, un demain, ancien. Mais ce n'est pas tout.

”

force dans l'élan de futuristes comme Balla et Depero, la fougue révolutionnaire qui contraste avec le 'passéisme' des chambres qui répètent des boucles rococo et des pattes de lion revues et corrigées. Trois choses ont caractérisé l'effort de rénovation du mobilier. Tout d'abord, la logique du design industriel, c'est-à-dire la production de masse par le biais de nouveaux procédés et machines, ainsi que de nouveaux matériaux. Puis la nécessité d'affirmer des objets qui expriment la contemporanéité, terrain insidieux, difficile à lire, insaisissable parce que c'est quelque chose qui arrive avec nous. Troisième élément, lié à celui-ci, leur caractère intrinsèquement éphémère, destiné à être supplanté dans un court laps de temps, des objets de mode à présenter au salon pour recueillir les commandes et les abandonner l'année suivante. C'était donc un véritable pari que de penser qu'un jour ces pièces décupleront leur valeur au lieu de finir dans des décharges. Edra parie sur la modernité, et hypothèque donc son rôle d'être, un demain, ancien. Mais ce n'est pas tout.

Le design italien a toujours été un rêve plutôt qu'un besoin. C'est une collection de mille expériences différentes, les unes après les autres. Il n'a jamais eu la confiance inébranlable dans l'industrie que les Allemands avaient, ni la foi miraculeuse dans le socialisme du design des pays nordiques. Il suivait la mode, avec ses rituels et ses collections, et entre-temps légitimait le présent, centimètre par centimètre. Il devait plaire à un public inconstant et incarner un prodigieux status symbol plongé dans le temple du quotidien le plus intime : la maison.

Dans les années 1960 et 1970, les meubles en thermoplastique et en fibre de verre étaient vraiment modernes, avec des formes spatiales qui introduisaient un avenir de 'Base lunaire Alpha'. Mais le concept de durabilité, avouons-le, n'existait pas. Elle n'était pas souhaitée par les entrepreneurs, qui recherchaient à tout prix les nouveaux produits, ni par les concepteurs, qui

(just) craftsmanship, and it found its strength on the spur of such Futurists as Balla and Depero, revolutionary fervour as opposed to the 'stick-in-the-mud' attitude of those reproduction rooms that revamp the Rococo scrolls and lion's paws.

Three things stood out in this drive to update the furniture. Firstly, the rationale of industrial design, i.e. serial production through new processes and machines as well as unprecedented materials. Then, the need to push for products that might express contemporariness, a tricky, elusive, undecipherable ground, because it is something that happens with us.

The third point, which is connected to that, is their being intrinsically ephemeral, bound to be quickly replaced, fashionable items to be displayed at a show to collect orders and then forgotten about next year. All the more so, thinking that one day those pieces would have doubled up in value instead of ending up in a landfill was a gamble. Edra gambles on modernity and so it stakes a claim on its role as becoming ancient, one day. And there's more than that.

Italian design has always been a dream more than a need. It is a combination of one thousands different experiments, one after the other. It is the redeeming result of a multitude of failures. It has never had the unshakeable confidence in the industry of the Germans or the barnstorming faith in socialist design of the Nordic countries. It followed trends, with their rituals and their collections, and all the while legitimating the present, centimetre after centimetre. It had to please a fickle clientele and embody a phenomenal status symbol, set in the most intimate temple of everyday life: the home. Really modern in the '60s and '70s was thermoplastic and fibreglass furniture, its space-like shapes heralding a 'Moonbase Alpha' future. But, let's be honest, the concept of permanence did not exist yet. Businessmen did not want it, as they were running after the new at all costs, nor did designers, who rightly followed hot on their heels.

“

Edra gambles on modernity and so it stakes a claim on its role as becoming ancient, one day. And there's more than that.

”

suivirent dans la foulée. Personne ne voulait que le cycle de vie de ces produits soit long, au contraire : le public avait des rêves d'une nuit ou guère plus qui devenaient un besoin urgent et puis d'autres rêves se présentaient. Et tout le monde produisait. Pensons aux années des Yuppies, de l'hédonisme Reagan où l'Italie considérait comme une grave erreur de conception une performance du produit dépassant le temps minimum requis (par rapport au prix payé). C'est pourquoi aujourd'hui, malgré le fait qu'ils aient été produits en masse, beaucoup d'objets de design qui nous sont parvenus ont des prix très élevés dans les galeries spécialisées : il n'en reste que quelques-uns, ce sont les rescapés d'une génération « mixeur », le contrecoup des grandes réjouissances qui nous arrivent avec la patine du temps.

L'idée qu'un beau meuble ou un fauteuil doive durer n'existait donc pas à l'époque. Pourtant, c'est quelque chose qui déplace l'axe de la satisfaction d'achat. En termes manichéens, la valeur est le « bien » et le plaisir est le « mal ». Mais en termes de marketing, cependant, la valeur et le plaisir ont toujours été la formule d'or du succès. Le monde du luxe, de la mode à l'automobile, marie rarement la valeur de la durabilité, la tendance d'un objet à résister au temps. Et lorsqu'il le fait, il l'enveloppe à juste titre dans le patrimoine, dans l'héritage historique de l'expérience propre de la marque : si l'on y réfléchit bien, la montre suisse à transmettre de père en fils garantit à l'acheteur une vie après la mort inattendue et construit un récit spécifique qui, en termes d'aspiration, augmente considérablement la valeur perçue.

Le concept d'Edra de construire des produits destinés à durer dans le temps est quelque chose de nouveau dans l'histoire de l'architecture d'intérieur. Je la trouve unique et distinctive, une promesse solide et importante. Ceux qui se fixent des objectifs aussi ambitieux, visant un avantage tel que la transférabilité, génèrent un effet intemporel qui entraîne également d'autres conséquences agréables. Tout d'abord, le message qui arrive est

Nobody wanted the lifecycle of such products to be long, quite the opposite: people had fly-by-night dreams that turned into urgent needs, and then even more dreams. And they were all busy producing. Just think of what happened in the years of the Yuppies, of Reaganomics, when the Italy 'of doing' viewed a product performance that outlasted the minimum required time (for the price paid) as a seriously defective design. That's why nowadays, even if they have been mass produced, so many designer items that have survived the test of time are listed for very high prices in specialist galleries: there are just a few left, they are the survivors of a hodgepodge generation, the undertow of the big binge that is handed down to us with the patina of time.

Therefore, the concept that a nice piece of furniture or an armchair would have to last did not exist back then. Yet, it is something that raises the bar of customer satisfaction. In Manichean terms, value is 'good' and pleasure is 'evil'. But, in terms of marketing, instead, value and pleasure have always been the golden rule of success. But the world of luxury, from fashion to cars, hardly ever espouses the value of permanence, the tendency of an object to withstand the test of time. And, when it does, it rightly shrouds it in the brand's heritage, in its legacy of expertise: if you think about that, the Swiss watch to be passed down from father to son is the promise of an unexpected afterlife on earth and spins a dedicated story, which, in aspirational terms, powerfully increase its perceived value.

Edra's concept of building products made to last is something new in the history of interior design. I find it is unique, distinctive, a sound and important promise. Someone who sets such ambitious goals for themselves, by aiming for such an asset as heritability, sparks off a timeless effect that brings along other pleasant consequences too. Firstly, the perceived message is that, by doing that, one will cross the threshold of the present, the favourite

Milton Glaser
réalise l'affiche de la
Valentine d'Olivetti.
creating the poster for the
Olivetti Valentine.



qu'en faisant cela, nous franchissons le seuil de 'l'aujourd'hui', le terrain de chasse privilégié des entreprises de design et de marketing : dans la projection sur ce que sera demain, hier et aujourd'hui vivent ensemble au-delà du temps. Et ils ne peuvent le faire que si la valeur du produit lui-même, son cycle de vie, est vraiment hors du commun. Ainsi, la recherche sur les matériaux devient cohérente, en termes de bien-être destiné à durer dans le temps. Une autre caractéristique sur laquelle Edra a construit son offre. En outre, les nouveaux publics apprécient de plus en plus les choses faites pour durer, qui passent du temps avec nous et font partie de notre vie, et pas seulement de notre maison. Le contraire de ce qu'exigeait le marché dans les années 1970.

La deuxième conséquence est que la logique des 'dernières nouveautés', des tendances et de la mode est mise de côté pour ouvrir la porte au classicisme. À quelque chose qui identifie l'entreprise, qui se renouvelle à petits pas, qui a de la force et de la solidité. Le concept de classique : nous, Italiens, ne pouvons ignorer le concept de classique puisque nous y sommes plongés, entourés au point de ne pas le remarquer. Nous vivons la tradition, le raffinement et l'élégance de nos villes, de nos villages et de nos paysages, et ensemble nous aimons l'innovation, depuis toujours. C'est une autre chose qui nous distingue. Esprit moderne et forme classique. Le classique, et par conséquent l'anticlassique, est comme une rivière souterraine et remonte parfois à la surface. Pensons à ce que fait Milton Glaser, le graphic designer de *I love NY* (écrit avec un cœur rouge), lorsqu'en 1969, il reçoit d'Olivetti la commande de l'affiche de la *Valentine*, la machine à

hunting ground of design studios and of the most predictable marketing: in the projection about the future, the past and the present live together while outliving time. And they cannot do it, unless the value of the product itself, its lifecycle, is really out of the ordinary. So, research into materials becomes consistent in terms of enduring wellbeing, which is another feature Edra has built its offering on. In addition, the new clientele increasingly values things that are made to last, that spend time with us and that are part of our lives, not just of our homes. The opposite of what the market was looking for, in the '70s.

The second consequence is that the 'breaking news' attitude, the trends and fashions, are being shelved to embrace classicism. Something that identifies a company, that is updated at a slow pace, that is strong and sound. The concept of classic: we Italians cannot live without the concept of classic because we are surrounded by it, so overwhelmed we barely notice. We live the tradition, the elegance and sophistication of our cities, of our villages and of our landscape, yet we love innovation, we always have. This is another one of our distinctive features. A modern soul and a classical shape. The classical, and therefore the anti-classical, is like a subterranean river, and sometimes it comes to the surface. Let's think of what Milton Glaser, the graphic designer of *I love NY* (written with a red heart) did, when in 1969 Olivetti commissioned him to create a poster for the *Valentine*, the red typewriter designed by Ettore Sottsass. He went to the London National Gallery and took a 1495 painting by Piero di Cosimo, *The Death of Procris*, inspired by Ovid's *Metamorphoses*, and

écrire rouge d'Ettore Sottsass. Il va chercher à la National Gallery de Londres un tableau de Piero di Cosimo datant de 1495, *La mort de Procris* tiré des *Métamorphoses* d'Ovide, et à côté du détail du chien qui veille son maître, il insère la *Valentine*. Le nec plus ultra du classicisme et le nec plus ultra de l'innovation : dans le passé classique, la modernité s'impose. Nous pourrions également mentionner le fameux miroir *Milo* de Carlo Mollino, qui permet de se refléter dans la silhouette de la célèbre Vénus. L'héritage du classique et aussi son apparente profanation.

Classique ne signifie pas nécessairement imitation des formes et des styles. Faut-il penser à attendre des décennies avant de décréter classique un projet d'ameublement réalisé aujourd'hui ? L'élégance des proportions, ainsi que le raffinement des matériaux, sont un thème du classicisme qui n'a pas besoin d'attendre des décennies pour être totalement reconnaissable. Et le marketing indistinct des années 1980, qui décrétait le succès des happy few, connaît aujourd'hui d'autres forces : l'obsolescence n'a pas de valeur, au contraire de la tradition et de la classe. Le classique, dans le monde de l'ameublement contemporain, est un projet qui conquiert son aura en peu de temps. Je trouve juste les réflexions faites par Domitilla Dardi et Vanni Pasca dans leur récent *Manuel d'Histoire du Design*, lorsqu'ils insèrent les pièces des frères Campana dans le domaine des produits anticlassiques : oui, ils sont nés ainsi, le **BOA**, le **FAVELA** ou le **CORALLOS** s'inspirent de quelque chose d'autre. Le Brésil réunit l'héritage de Lina Bo Bardi et celui des artisans de la pauvreté, bien loin de l'invention de la perspective de Piero della Francesca. Mais quand on y pense, la forte volonté d'innovation ne tarde pas à faire entrer les pièces des Campanas dans les classiques du mobilier, voire même au niveau d'icônes.

Et le classique, par définition, défie le temps.

put her, the *Valentine*, next to the detail of the dog who sits up besides his dead owner. The peak of classicism and the peak of innovation: modernity storming into the classical past. And then we could mention the well-known *Milo* by Carlo Mollino, that lets us reflect ourselves in the silhouette of the famous

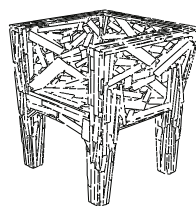
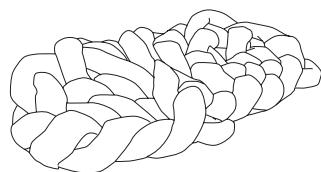
Venus. Showing the heritage of Classicism yet apparently scoffing at it. Classical does not have to mean copying old forms and stylistic devices. Should we think of waiting decades before one of today's interior design projects is proclaimed a classic?

The elegance of proportions, along with the sophistication of the materials, is a classical theme that does not need to wait decades to become recognisable in its own right. And the 'one-size-fits-all' marketing of the '80s that proclaimed the success of the happy few has new drivers now: obsolescence is valueless, tradition and class are valuable. In the world of contemporary interior design, classicism is a project that quickly earns its own aura. I find that the comments made by Domitilla Dardi and Vanni Pasca in their recent *Manuale di Storia del Design* are right on the mark when they include the Campana Brothers' pieces in the list of anti-classical products: right, that's the way they were born, both **BOA** and **FAVELA** or **CORALLO** have been inspired by something else. Brazil combines Lina Bo Bardi's legacy with that of

the artisans of poverty, a million miles away from Piero della Francesca's invention of perspective.

But, if you think about it, that powerful innovative drive soon turned the Campana Brothers' pieces into classic designer items, nothing short of icons.

And, by definition, a classic defies time.



Boa, Corallo e Favela
Esquisses des produits.
Sketches of the products.

Pierluigi Masini

Journaliste professionnel, diplômé en littérature avec une spécialisation en histoire de l'art, deux masters en marketing et communication. Il enseigne l'histoire du design à la Raffles Milano et le design d'intérieur et la durabilité à la Yacademy. Il a écrit un livre sur Gabriella Crespi.

Professional journalist, with a degree in literature and a specialisation in Art History, two master's degrees in Marketing and Communication. He teaches Design History at Raffles Milan and Interior Design and Sustainability at Yacademy. He is the author of a book about Gabriella Crespi.

NUANCES

SHADES



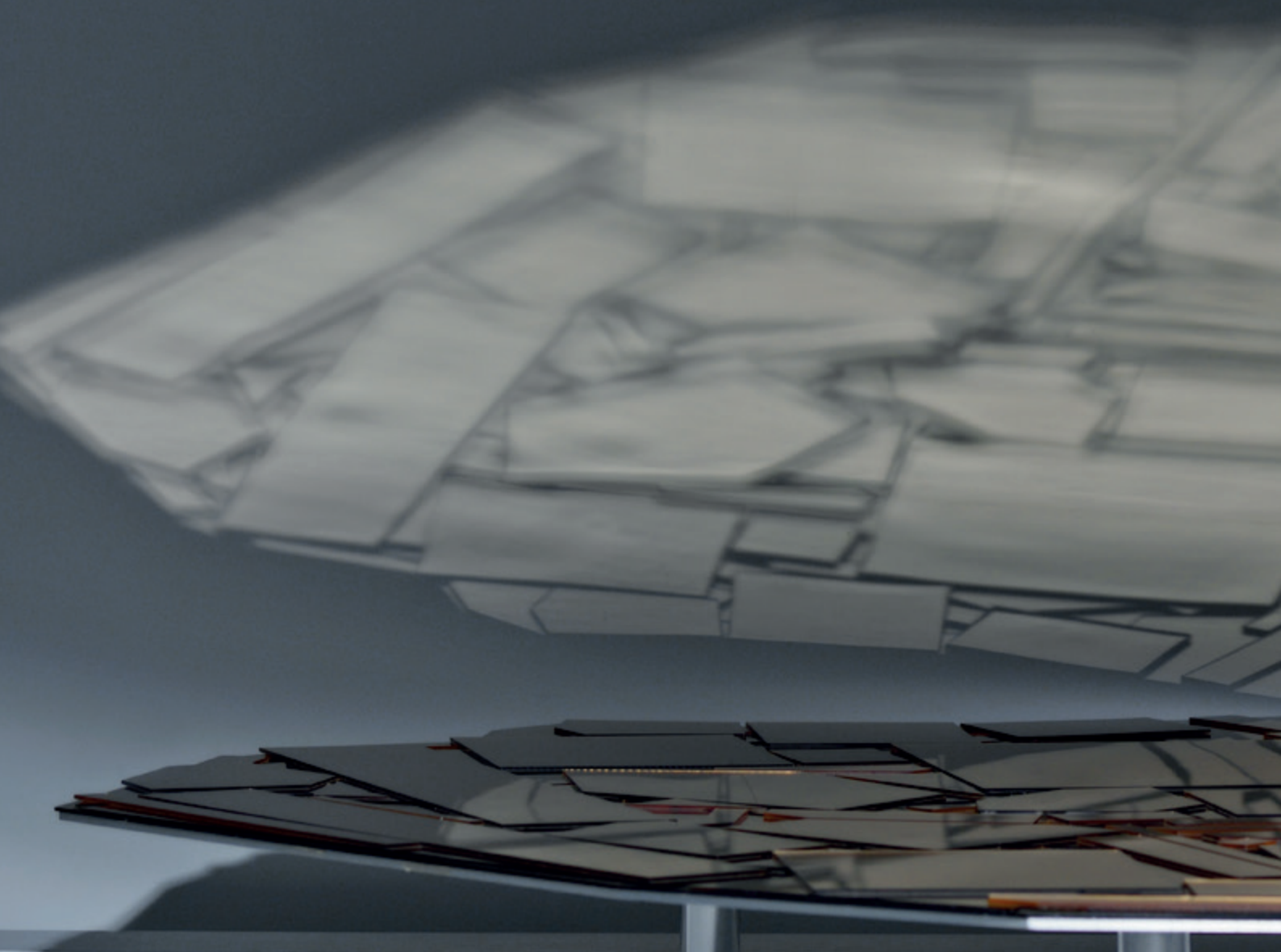
PHOTO Stefano Pasqualetti

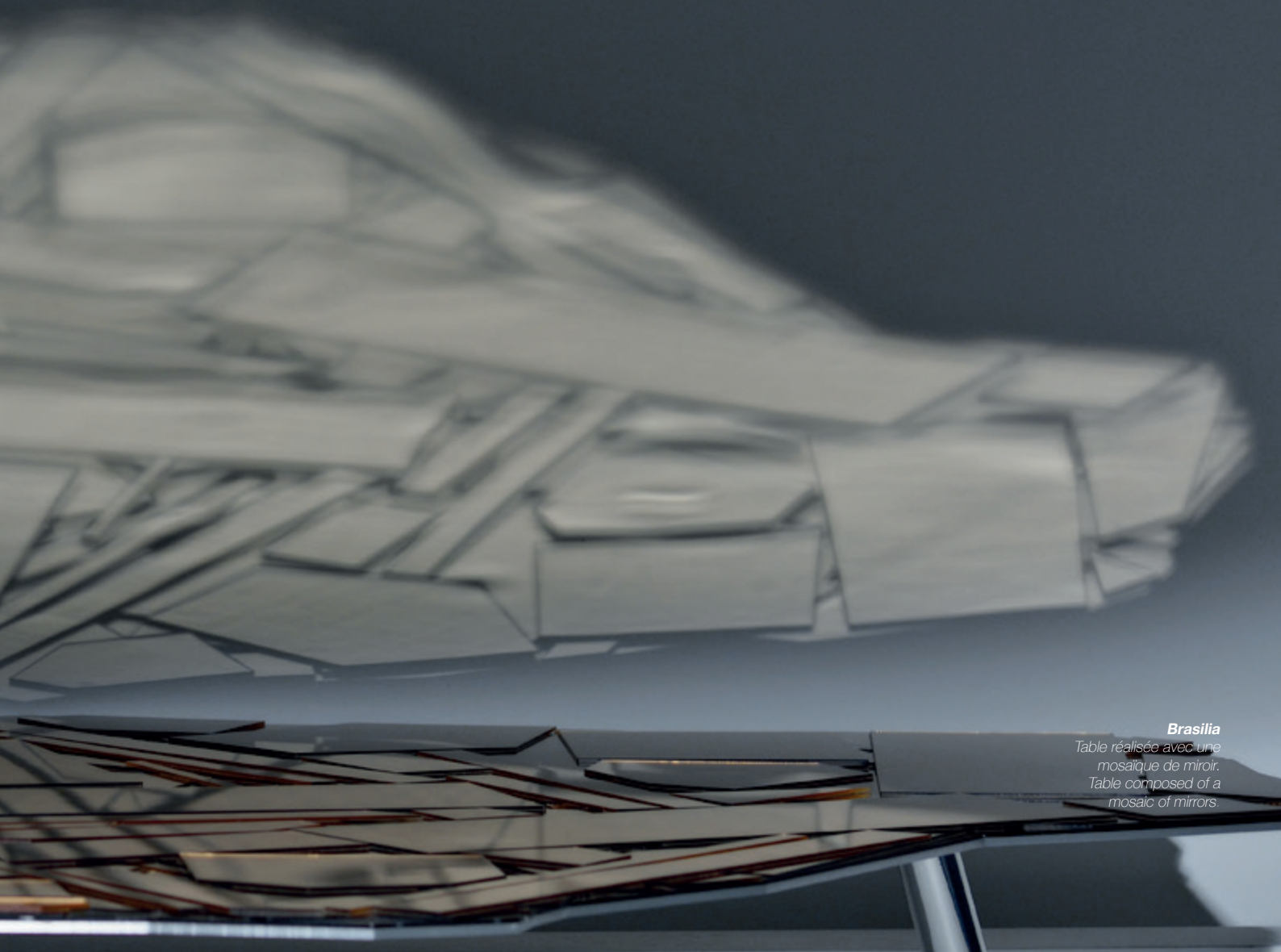
LA QUALITÉ EST DANS LES NUANCES.
DÉTAILS PRÉCIEUX.
GÉOMÉTRIES QUI OFFRENT UN
NOUVEAU SENS DES PROPORTIONS.
BRODERIE TISSÉ ENTièrement À LA MAIN.
REFLETS DE LUMIÈRE ET
PROFONDEUR DE L'OMBRE. STRUCTURES
QUI EXPRIMENT LES CHANGEMENTS
DE COMPORTEMENT. MATÉRIAUX QUI
PERMETTENT DES NOUVELLES SOLUTIONS.

QUALITY IS FOUND IN SHADES.
LIGHT REFLECTIONS AND DEPTHS
OF SHADOWS. PRECIOUS DETAILS
THAT LOOK EMBROIDERED WITH GOLD
AND CRYSTAL. GEOMETRIES THAT OFFER
A NEW SENSE OF PROPORTION. TWINES
ENTIRELY HANDMADE. STRUCTURES
THAT EXPRESS THE CHANGES IN OUR
BEHAVIOR. MATERIALS THAT ENABLE NEW
FORMAL SOLUTIONS.



Ella
Fauteuil pivotant en
polycarbonate.
Swivel armchair in
polycarbonate.





Brasília

Table réalisée avec une
mosaïque de miroir.
Table composed of a
mosaic of mirrors.



Standard
Profil du canapé.
Profile of the sofa.



Gina
*Profil de la chaise en
polycarbonate.
Profile of the chair in
polycarbonate.*



Boa

*le canapé en velours rouge et
the sofa in red velvet and*

Flap Diamond

*avec le tissu précieux Cristallized™
with Swarovski®.
with the precious fabric Cristallized™
with Swarovsky®.*



VIVRE

LA

MAISON

LIVING

THE

HOUSE



WORDS Silvana Annicchiarico

L'un des effets non secondaires de l'urgence sanitaire que nous avons connue réside dans la remise à zéro brutale de ce nomadisme quotidien constitué de micro-déplacements continus sur le territoire qui, depuis quelques décennies, caractérisait de manière sensiblement homogène le mode de vie occidental. Nous nous déplaçons tout le temps, sans arrêt : pour aller travailler, pour un rendez-vous, pour le théâtre ou pour le cinéma, pour un apéritif, pour un dîner, pour faire du shopping.

Un dynamisme frénétique, omniprésent et répandu qui reléguait la maison au centre gravitationnel d'une vie quotidienne qui se déroulait principalement à l'extérieur du foyer. Ces derniers mois, sans possibilité de sortir, nous avons travaillé, acheté, porté un toast, cuisiné, de la maison et dans la maison. Nous avons aimé, enseigné, appris. Tout l'univers relationnel a été comme réabsorbé dans la dimension de l'intérieur, dans un réaménagement de l'espace de vie qui en a fait un microcosme du monde. Cela a été une expérience exceptionnelle, bien sûr.

Et pourtant, elle a amené chacun à repenser la maison et sa centralité dans les espaces et les temps de notre vie. Et les interprétations les plus variées de cette expérience ont été données. Il y a ceux qui ont redécouvert la dimension de la maison comme repaire, nid ou refuge. Qui a ressenti le besoin urgent d'en faire un espace polyvalent et multifonctionnel. Ceux qui ont eu la nécessité d'utiliser les espaces pour des usages différents que ceux prévus : travailler dans la chambre, enseigner depuis le salon, faire de la gymnastique dans l'étude.

Mais il y a aussi ceux qui - comme le philosophe Emanuele Coccia - ont proposé des lectures plus radicales. Le coronavirus, selon lui,

One of the not-so-unimportant consequences of the public health emergency that hit us is the sudden disappearance of that daily wandering, made of endless micro-movements in space, that had been typical of the Western lifestyle, basically everywhere, in the last few decades.

We moved all the time, again and again: to go to work, for a date, for a play or a movie, for a cocktail, for dinner, for shopping.

A frenzied, ubiquitous and widespread dynamism that confined the home to the centre of gravity of an everyday life that mainly took place out of home. In the last few months, unable to go out, we worked, shopped, partied, cooked at home and from home.

We loved, taught, learnt.

All our relational universe was somewhat soaked back up into the interior dimension, in a redesign of our living space that turned it into a microcosm of the world. It was an extraordinary experience, of course.

Nevertheless, it led everyone to rethink of their homes and its centrality in the space and time of our lives. And such experience was felt in the most disparate ways. Some people rediscovered the dimension of their homes as a den, as a nest or a shelter. Some felt the urgent need to turn it into a multipurpose, all-round space. Some had no other choice but use their spaces for unintended purposes: working from the bedroom, teaching from the living room, working out in the study.

But there were also a few – such as Emanuele Coccia, the philosopher – who offered a more radical interpretation. The coronavirus, in his opinion,

« a obligé l'humanité à commencer une étrange expérience de monachisme mondial : nous sommes tous des anachorètes qui se retirent dans leur espace privé et passent la journée à chuchoter des prières séculaires. [...] Tout est devenu maison. Ce qui n'est pas nécessairement une bonne nouvelle. Nos maisons ne nous protègent pas. Elles peuvent nous tuer. On peut mourir d'un excès de maison ».

Pour cette raison, toujours selon Coccia, il est nécessaire de se concentrer davantage sur les objets que sur l'espace intérieur de l'architecture. « Nous n'habitons vraiment que les objets. [...] Les objets nous empêchent d'entrer en collision avec la surface géométrique carrée et parfaite. Les objets nous défendent contre la violence de nos maisons ». C'est une perspective très intéressante, surtout pour le design : ne serait-ce que parce qu'elle prend acte de la façon dont les objets et les meubles font d'un espace - généralement un parallélépipède architectural - une maison, et donnent à chaque maison ce confort fonctionnel et cette dimension esthétique que chacun d'entre nous a jugé essentiels à l'époque du confinement. En d'autres termes, le design est aujourd'hui confronté à l'un de ses défis les plus difficiles et les plus exigeants : en ces jours d'incertitude et de peur, de fragilité et d'insécurité sans précédent, le design peut être amené à se réinventer, à s'éloigner des paradigmes qui l'ont dominé ces dernières années (ceux qui tournent autour de la centralité des événements et du style) et à redécouvrir sa mission originelle : donner une réponse spécifique aux nouveaux problèmes dictés par l'urgence, mais aussi et surtout pour préfigurer et prévenir l'avenir, à travers un élan de fantaisie et des gestes audacieux de visionnarité sans scrupules pour repenser même l'intérieur des maisons à partir d'un scénario inédit de besoins et de désirs.

En raison de son histoire et de sa mission, Edra se présente comme l'un des sujets les plus prêts à relever le défi, en poursuivant et en intensifiant la vision et la pratique que l'entreprise toscane fondée par Valerio et Monica Mazzei poursuit depuis sa fondation, avec le désir de redécouvrir, de proposer et de valoriser des objets intemporels, étrangers aux modes éphémères et aux goûts transitoires du moment, capables de durer de génération en génération et d'exprimer

“forced humans to start a strange experiment in global monasticism: we are all anchorites who retreat into their private spaces and spend the day whispering centuries-old prayers. [...] Everything has turned into a home. Which is not necessarily a good thing. Our homes won't protect us. They can kill us. One can die of too much home”.

That's why, Coccia goes on, the attention must be focussed on the objects more than on the inner space of architecture. “We only really inhabit objects. [...] Objects prevent us colliding with the perfect, geometrical squared surface. Objects defend us from the violence of our homes”. It is a very interesting perspective, especially for design: if nothing else, because it acknowledges that it is interior decoration and objects that make a space – usually an architectural parallelepiped – a home, that give any home the functional comfort and the aesthetic dimension that we have all felt as essential in the days of lockdown. I mean that today design is facing one of the most difficult and taxing challenges: these days of unprecedented uncertainty and fear, of weakness and self-doubt are precisely the driver that can push design to reinvent itself, by getting rid of the paradigms that have ruled it in the last few years (those that gravitate around the centrality of events and style) and rediscovering its original mission: to give a specific answer to the new problems brought in by the emergency and, particularly, to anticipate and prevent the future by stretching its imagination and be brave enough to make gestures of unabashed vision, so as to rethink of the interiors of our houses as well, by taking inspiration from an unprecedented array of needs and wishes.

With its history and its mission, Edra seems to be in the best position to take up the challenge, by continuing and deepening that vision and that custom that the Tuscan-based company, founded by Valerio and Monica Mazzei, has been pursuing since its foundation, with its will to rediscover, emphasise and promote timeless objects, that are alien to the fleeting fashions and the short-lived tastes of the time, capable of lasting through the generations and expressing a universal elegance, while giving an effective,



Grande Sofice

Le canapé allie confort et fonctionnalité.

The sofa combines comfort and functionality.

une élégance universelle sans pour autant renoncer à une réponse concrète et de qualité aux besoins de l'époque. Prenons par exemple un « type » apparemment hyper-codé et hyper-testé comme le canapé : Edra en a fait depuis longtemps un objet d'expérimentation et d'innovation, à tel point qu'aujourd'hui les canapés conçus, dessinés et fabriqués par l'entreprise de Perignano sont particulièrement adaptés aux nouveaux besoins de vivre chez soi. Ces canapés ne sont plus conçus comme le centre du salon mais comme le cœur vivant de la maison et du confort domestique. Avant Edra, les canapés avaient une structure rigide et une forme fixe : ici le dossier, là l'assise. Edra les a déconstruits. Elle les a libérés des contraintes typologiques, technologiques et constructives qu'ils portaient depuis des siècles. Elle les a rendus fonctionnels non seulement aux besoins, mais aussi aux manières, aux habitudes et aux gestes de ceux qui les utilisent. Avant Edra, c'était le canapé qui dictait la façon de s'asseoir. Avec Edra, c'est celui qui s'assoit qui suggère au canapé sa forme. Ainsi, chaque canapé devient une mini-installation qui dialogue

superior answer to these momentous needs. Let's take for instance a super-classic and time-honoured "type" as the sofa: in the last few years, Edra has made it the target of experimentation and innovation, to such an extent that the sofas designed, developed and manufactured by the Perignano-based company seem to be perfectly attuned to the new living requirements.

These sofas are no longer designed as the centre of the living room but as the beating heart of the home and homely comfort. Before Edra, sofas had a stiff frame and a traditional shape: here the backrest, there the seat. Edra has pulled them apart. It has freed them from the typological, technological and constructive constraints that they had been carrying along for centuries. It has made them functional not just to the needs but also to the ways, habits and gestures of those who use them.

Before Edra, it was the sofa that imposed how you should sit. With Edra, it is the user who suggests the sofa what shape it should take. So, every sofa acts as a sort of mini-installation that interacts with the surroundings and ensures



Standard

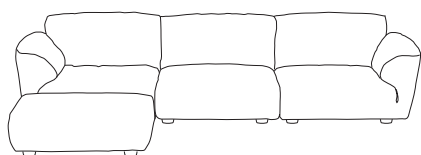
*Le canapé qui permet un confort optimal dans toutes les positions.
The sofa that allows maximum comfort in whichever position.*



“

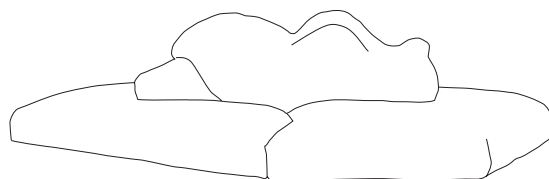
Avant Edra, les canapés avaient une structure rigide et une forme fixe : ici le dossier, là l'assise. Edra les a déconstruits. Elle les a libérés des contraintes typologiques, technologiques et constructives qu'ils portaient depuis des siècles.

”



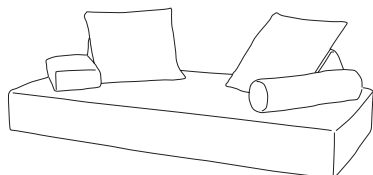
Grande Sofice

Formes linéaires et courbes souples qui semblent sculptées.
Linear shapes and soft curves that seem sculpted.



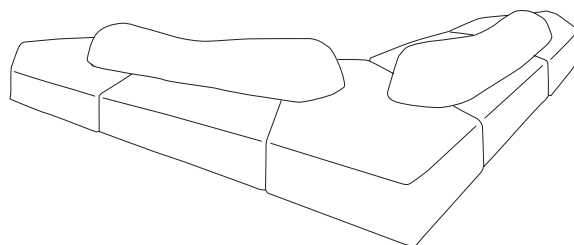
Pack

L'ours définit un nouveau paysage domestique inspiré par la nature.
The bear defines a new domestic landscape inspired by nature.



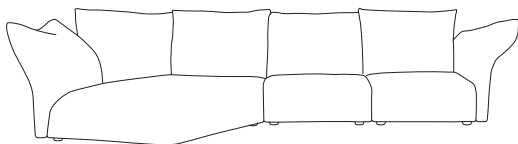
Sherazade

Détente en totale absence de contraintes, inspirée des suggestions orientales
Unrestrained relax, inspired by oriental charms.



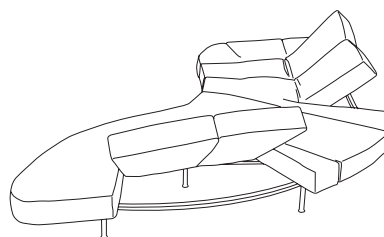
On the Rocks

Un grand canapé sans structure rigide, avec assises indépendantes et des dossiers flexibles pouvant être positionnés à volonté.
A modular sofa with no rigid parts, with independent seats and flexible backrests that can be freely shaped.



Standard

Le Coussin Intelligent, breveté, permet une liberté totale de positions, notamment grâce à son système modulaire.
The Smart Cushion patent allows total freedom of positions thanks also to the modularity of the system.



Flap

Un nouveau type de canapé qui multiplie les performances.
A new typology that multiplies the performances.

“

Before Edra, sofas had a stiff frame and a traditional shape: here the backrest, there the seat. Edra has pulled them apart. It has freed them from the typological, technological and constructive constraints that they had been carrying along for centuries.

”

avec l'espace environnant et garantit beauté, bien-être et confort à ceux qui l'utilisent. Modulaires, adaptables, modelables à volonté (comme le **STANDARD** de Francesco Binfaré, qui avec son Coussin Intelligent assure la meilleure position pour se détendre d'un simple geste de la main), les canapés Edra synthétisent un modèle possible pour les nouveaux besoins de qualité, de confort et de flexibilité, offrant à l'utilisateur une nouvelle expérience de bien-être et de liberté : véritables « radeaux » ou « îlots » dans l'espace domestique, les canapés comme **ON THE ROCKS** ou **SHERAZADE** n'imposent plus un seul point de vue (tour à tour le feu de cheminée, la télévision, les invités...), mais permettent de s'asseoir dans différents endroits et dans différentes positions (debout, couché, blotti), assurant - grâce aux coussins qui créent les courtines et les supports - aussi bien la convivialité que l'isolement et la concentration, selon la condition dont l'utilisateur a besoin.

La recherche et l'expérimentation innovante ne se dissocient jamais du savoir manuel ancien, la technologie bien que très avancée est toujours douce et jamais envahissante (pensons à un canapé comme **FLAP**) et le travail sur les matériaux va dans le sens d'une nouvelle tactilité capable de nous envelopper lorsque nous nous asseyons. Tous les produits Edra deviennent ainsi une garantie de ce confort que la longue isolation a rendu de plus en plus nécessaire: je pense aux canapés des frères Campana, aux formes organiques et surprenantes, capables d'animer l'espace et de le sortir de son angularité géométrique froide, en le rendant chaud et vivant, mais aussi doux, fluide et accueillant.

beauty, wellbeing and comfort to those who use it. Modular, adaptable, pliable at will (such as Francesco Binfaré's **STANDARD**, with its Smart Cushion offering the most relaxing position with a flick of the hand), the sofas by Edra epitomise a potential model for the new quality, comfort and versatility requirements, providing users with an unprecedented experience of wellbeing and freedom: veritable 'rafts' or 'islands' in the domestic space, sofas like **ON THE ROCKS** or **SHERAZADE** no longer impose one single focal point to look at (it might be the chimneypiece, the TV, the guests ...), but let people free to sit in different places and in different positions (straight up, lying down, curled up), ensuring - with the cushions moulded into screens or rests - either conviviality or isolation and concentration, depending on what the user needs.

Innovative research and experimentation are never disjoined from the ancient manual skills, and, though highly advanced, technology is always gentle, never invasive (just think of a sofa like **FLAP**), and the work done on the materials goes in the direction of a new feel, which hugs us as we sit down.

All of Edra products ensure therefore that comfort that the long isolation has made more essential than ever: I am thinking of the sofas by the Campana Brothers, with their organic, impressive shapes that liven up the space and drain away its cold, geometrical angularity, making it warm and lively, as well as soft, smooth and welcoming.

But I am also thinking of the chairs and chandeliers by

“

Avec Edra, c'est celui qui s'assoit qui suggère au canapé sa forme.

With Edra, it is the user who suggests the sofa what shape it should take.

”

Mais je pense aussi aux chaises et aux lustres de Jacopo Foggini, tellement capables de déclencher des jeux matériels synesthésiques et lumineux qui théâtralisent les environnements et construisent une sorte de dramaturgie objective de l'émotivité. Sans oublier les formes de certains canapés de Binfaré: inspirés de rochers ou d'animaux (comme **PACK**, qui a la forme d'un ours couché sur la banquise), ils font entrer le monde dans la maison. Ils la font monde. Le monde et la maison coïncident.

En bref, Edra a conscience que les objets et les meubles sont l'expression de quelque chose de plus profond que leur fonction immédiate et même leur configuration esthétique.

À travers eux, en effet, chacun de nous tente, même si c'est inconsciemment, de retrouver ce sentiment de bien-être, de protection, d'unicité et d'épanouissement qu'il a connu dans le lieu d'où nous venons tous : notre foyer primordial, le ventre maternel.



Jacopo Foggini, so perfectly capable of sparking off synesthetic and luminist interplays with materials, which overdramatize the space and act as a sort of object dramaturgy of emotiveness. Not to mention the shapes of some of Binfaré's sofas: inspired by rocks or animals (such as **PACK**, shaped like a bear lying on the ice pack), they bring the world into the house. They turn it into a world. The world and the house become one. Which – if you think about it – is precisely the condition that the emergency of the first few months of 2020 made us experience.

In other words, Edra is aware that interior design and items are the expression of something deeper than their immediate purpose and even of their aesthetic configuration. Actually, it is through them that we all try, even if unconsciously, to find again that feeling of wellbeing, of safety, of uniqueness and contentment that we experienced in the place we all come from: our first home, our mother's womb.

On the Rocks

Suggestions qui révèlent le confort et la liberté des assises.

Allures revealing the comfort and freedom of the seats.

Silvana Annicchiarico

Silvana Annicchiarico

Architecte, elle vit à Milan et exerce des activités de recherche, de critique et d'enseignement. Elle est consultante pour des organismes publics et des entreprises. À travers des projets d'exposition et d'édition, elle traite les thèmes contemporains, l'œuvre de grands maîtres et de nouveaux protagonistes du design. De 2007 à 2018, elle a été directrice du Triennale Design Museum de la Triennale de Milan.

Architect, she lives in Milan and works as a researcher, critic and teacher. She is consultant for public organisations and private companies. In the exhibitions and publications she is involved in, she deals with contemporary issues, the works of the great masters and the new names of design. From 2007 to 2018, she was Director of the Triennale Design Museum at Triennale Milano.



Pack
*Canapé avec l'ours qui enlève dans sa forme accueillante.
The sofa with the bear, which embraces in its welcoming form.*

PROMENADE AVEC BINFARÉ
DANS L'HISTOIRE DU
CONFORT

A WALK WITH BINFARÉ
IN THE HISTORY OF
COMFORT



WORDS Giampaolo Grassi

Francesco Binfaré affirme qu'il a un privilège : il peut épier l'histoire ancienne du confort depuis son « judas personnel et contemporain ». L'aventure professionnelle de Binfaré offre un observatoire beaucoup plus vaste qu'un « judas ». Mais, lui, utilise ce terme-là. Sobre et essentiel. Pas

de piédestal ni de fanfare. Dans son récit, il va droit au cœur du sujet. « Des trônes des pharaons aux canapés des palais du XVIII^e siècle, les sièges découlent depuis des siècles et des siècles d'une même technique : une armature en bois, qui impose la posture, et un rembourrage, qui adoucit la rigidité. La première révolution a lieu dans les années 1960, avec la mousse expansée de polyuréthane : surtout dans la version moulée, qui a libéré les formes. Et puis il y a l'accélération des colles, qui permettent un assemblage habile et durable. À ce point-là, la technique peut ignorer les contraintes du cadre, les designers industriels peuvent varier avec leurs interprétations ».

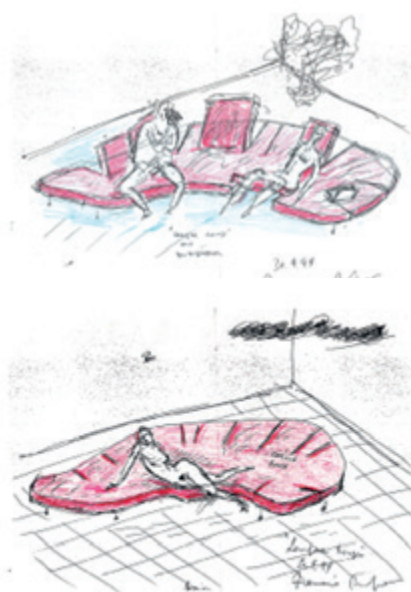
C'est là que Binfaré regarde par son judas. « Et je commence à regarder les gens. J'étudie les passagers assis dans les tramways à Milan ou les baigneurs sur les plages du Salento, pendant qu'ils se font bronzer au bord de la mer, sur les rochers. Je vois comment leur corps s'adapte, comment ils recherchent la meilleure position, la position préférée. Parce qu'un canapé est un portrait de la façon dont nous voulons nous asseoir. Ma recherche du confort,

Francesco Binfaré says that he has a privilege: he can have a peep into the ancient history of comfort through his "personal and contemporary peephole". Binfaré's professional adventure offers a more airy view than a 'peephole'. But he uses exactly that term. Sober and essential. No

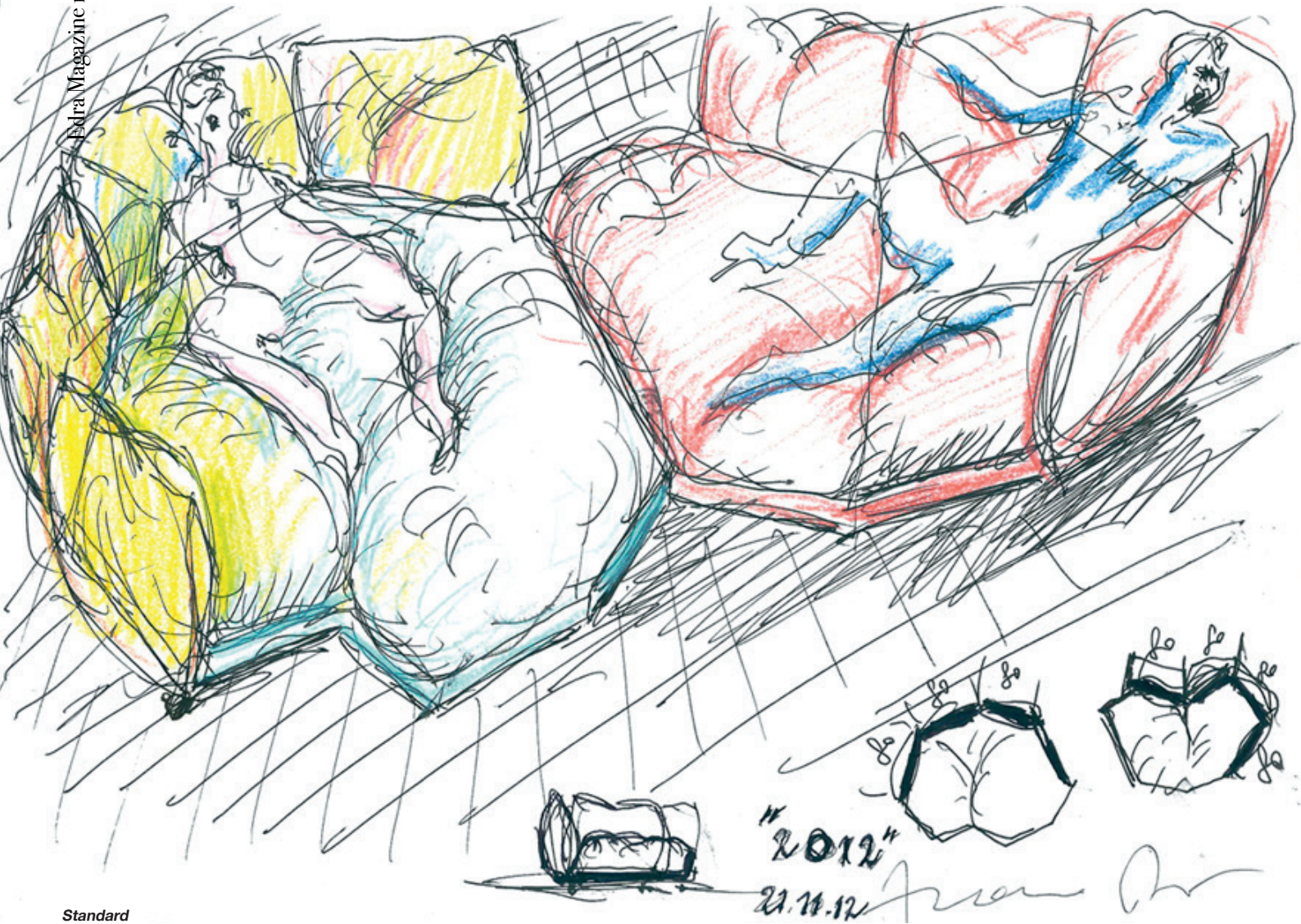
pedestals and fanfare. In his story he immediately goes to the core. "For centuries and centuries, from the pharaohs' thrones to the sofas of 18th-century buildings, seats have been the offspring of one and the same technique: a wooden frame that imposes the posture and a padding that softens its rigidity. The first real revolution comes in the '60s, with polyurethane foam: especially in the printed version, which freed the forms. And then there is the spread of the adhesives, which allow wise and lasting assembly. At that point, the technique can give the brush-off to the constraints of the frame, and industrial designers can let their creativity roam freely".

It is then that Binfaré looks through the peephole. "And I start to look at the people. I study the passengers on the tram in Milan or the tourists on the beaches in Salento, as they sunbathe down by the sea, on the rocks. I see the way their bodies adapt, how they look for the best position, their favourite one. Because a sofa is the portrait of the way

we want to sit. My exploration for comfort, or into comfort, comes from there». And it is the child of its time. Binfaré absorbs what surrounds him and re-elaborates it, filtering



Flap
Ébauche du projet.
Sketches of the project.



Standard

*Dessins du projet et concept.
Sketches of project and concept.*

ou sur le confort, commence là ». Et c'est une enfant du présent. Binfaré absorbe ce qui l'entoure et le retravaille en le filtrant à travers ses yeux. Il y a un lien entre l'époque et la technique, et Binfaré le dissout en interprétant une idée de confort. C'est pourquoi ses canapés sont contemporains. Le **FLAP**, par exemple, survient au lendemain de la chute du mur de Berlin. « Je rêve d'une pluie de pétrole dans un désert rouge. Le noir fait son chemin, en avalant tout. Seul un miroir de sable est épargné. Quand je me réveille, je pense : La liberté, c'est ce qui reste. Je reproduis le contour, en le découpant sur une feuille de papier, puis je donne de petits coups de ciseaux sur les bords. Je lui donne la forme d'un radeau ou d'une soucoupe volante. Parce que nous vivons dans une période d'espoir, nous sommes enfin au-delà. Le cauchemar d'une guerre nucléaire s'est éloigné. Et puis nous sommes à la veille de l'an 2000 qui, dans nos rêves d'enfants, signifiait l'espace,

it with his gaze. An era and a technique are entangled, and he untangles them by creating an idea of comfort. That's why his sofas are contemporary.

For instance, **FLAP** comes along in the aftermath of the fall of the Berlin Wall. "I dream of an oil rain in a red desert. Blackness forces its way in, swallowing everything up. Only a stretch of sand is spared. When I wake up, I think: 'Freedom is what is left'. I reproduce its outline by cutting it out of a sheet, then I make a few little snips along the edges. I cut it into a lifeboat or a flying saucer. Because we are living in a time of hope, at last we have gone past there, we are close to safety, the nightmare of a nuclear war has gone. And then we are on the eve of the year Two Thousand, the space, the future: freedom, actually". **SFATTO** was born a few years later. The revolution we were waiting for in the new Millennium did not happen. "I feel the weariness of the Western world and the weariness

l'avenir : la liberté précisément ». Quelques années plus tard, **SFATTO** est né. La révolution que le nouveau millénaire était censé apporter n'a pas eu lieu. « Je ressens de la désillusion, et la désillusion porte avec elle le labeur de la civilisation occidentale. Il y a un sentiment de décadence. Après tout, Sfatto a une âme bourgeoise, mais il n'est pas conventionnel car il est en plein désordre. Ou peut-être est-ce le désordre ».

Binfaré affirme que « grâce à sa relation avec le corps, le canapé sera le dernier objet qui perdurera dans la maison lorsque tout sera numérisé ». Cela rappelle une bataille domestique de survie et nous porte à comparer l'idée familiale du canapé, avec ses géométries père-mère-enfants entremêlées dans les moments de repos, à celle, individuelle, de celui qui consulte son téléphone portable. C'est alors que s'insère **STANDARD** : « J'imagine de grands coussins, qui fonctionnent comme des accoudoirs et des dossiers, et je les applique à un système de sièges à forme libre. Une intelligence du mouvement, rendue possible et naturelle par la recherche Edra. C'est un tissu conjonctif et physique, qui lutte contre la solitude de l'univers virtuel ».

Depuis son judas, Binfaré a également encadré une nouvelle révolution technologique, héritage de celle des années 1960 : le **GELLYFOAM**® d'Edra. « C'est un matériau qui peut s'adapter à n'importe quelle posture, en la corrigeant avec l'attention d'une mère qui borde le drap de son enfant qui dort. Gellyfoam® est l'âme de beaucoup de mes canapés, mais **GRANDE SOFFICE** est son apothéose. Grande Soffice embrasse, tient à l'abri la période historique que nous vivons. Une époque éprouvante et même dangereuse ».

Binfaré dit qu'Edra lui a donné l'occasion de lire le présent : « Mes canapés sont une interprétation des moments qui composent l'histoire ancienne et universelle du confort ».

brings with it the fatigue of the Western civilization. There is a sense of decay. After all, Sfatto has a bourgeois soul, but it is not conventional, because it is always in disorder. Or maybe it is a disorder”.

Binfaré says that “Because of its relation with the body, the sofa will be the last item to go from our homes, when everything will be digitised”. You may think of a domestic survival battle. And of a comparison between the familiar idea of the sofa, with its father-mother-child geometries intertwined in moments of rest, and the individual one of those who look at the cell phone. Then, **STANDARD** comes: “I think of some big cushions, acting as armrests and backrests, and fit them onto a freeform set of seats. A smartness of movement, which is made possible and effortless by Edra's technology. It is a connective and physical tissue, trying to defend itself from a virtual invasion”. From his peephole, Binfaré also framed a technological revolution too, the offspring of the '60s one: the **GELLYFOAM**® by Edra. “It is a material that can accommodate any posture, while correcting it with the care of a mother tucking the sheets in around her sleeping child. Gellyfoam® is the soul of many of my sofas, but **GRANDE SOFFICE** is its pinnacle. Grande Soffice hugs you, it shelters you from the historical time we are going through. A wearying age, and a dangerous one at that”.

Binfaré says that Edra gave him the opportunity to read the present. “My sofas are portrayals of the moments that make up the ancient and universal history of comfort”.



Giampaolo Grassi

Giampaolo Grassi, journaliste parlementaire de l'Ansa. Avant de s'engager dans la politique, il a suivi l'actualité judiciaire à Florence et l'actualité financière à Milan. Parliamentary reporter for the Italian Press Agency Ansa. Before taking an interest in politics, he was in charge of legal news in Florence and financial news in Milan.





Où Vit l'Art

UNE MAISON OÙ LA PASSION DE LA
COLLECTION CRÉE DE L'INTIMITÉ
ET DU BIEN-ÊTRE.

Where Art lives

A HOUSE WHERE THE PASSION FOR
COLLECTING CREATES INTIMACY
AND WELL-BEING.



WORDS Roberto Falconi

**Corallo**

Dans la version or aux côtés de l'œuvre
Pumpkin de Yayoi Kusama.
The gold version next to Yayoi Kusama's
Pumpkin.

“

CETTE COLLECTION
A ÉTÉ CONSTRUITE
AVEC DES ÉMOTIONS,
ET NON AVEC LA TÊTE. IL
N’Y A RIEN QUI M’ENNUIE
PLUS QU’UN GALERISTE QUI
EXPLIQUE CE QU’IL FAUT
VOIR DANS UN TABLEAU ET
COMMENT LE COMPRENDRE.

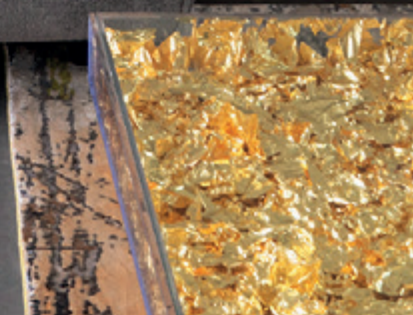
SUCH COLLECTION HAS
BEEN BUILT BY THE
HEART, NOT BY THE
MIND. THERE’S NOTHING
THAT BORES ME MORE
THAN A GALLERY OWNER
EXPLAINING WHAT ONE
SHOULD SEE IN A PAINTING
AND HOW TO FIND IT OUT.

”

**Grande Sofice**

Dans le salon avec à l'arrière une œuvre de l'artiste Stefano Bombardieri.

In the living area. In the background a work by Stefano Bombardieri.



“

Je suis un fan de l'art contemporain et souvent les œuvres que je réalise s'ajoutent à des projets artistiques.

I am a lover of contemporary art, and often the works I make add up to my art projects.

”

La notion de collectionnisme a pris de nouvelles connotations qui, de l'art, la rapprochent du design. Nous avons assisté à la naissance de nombreuses galeries de design de collection, qui traversent un heureux moment de valorisation et de positionnement sur le marché de l'objet de collection unique. Il existe des salons et des événements qui promeuvent l'artisanat. L'emblème de la combinaison du design contemporain et de l'art est pour moi un projet de design d'intérieur que j'ai créé pour une villa en Suisse. Je suis un fan de l'art contemporain et souvent les œuvres que je réalise s'ajoutent à des projets artistiques. Dans ce cas, le défi a été très stimulant. En plus des propriétaires et du chien nommé Loukoum, la maison abrite une impressionnante collection d'art, composée de pièces sélectionnées « au coup de cœur » et agressives, que j'ai dû intégrer à l'architecture.

Je ne connaissais pas les propriétaires, mais elles venaient d'acheter une œuvre du sculpteur Stefano Bombardieri, un bon ami à moi, qui nous a présentés. Comme je le fais habituellement, lors de la première inspection, j'ai apporté dans ma valisette les matériaux qui me sont les plus chers : pierres, bois, métaux. Elles m'ont confié qu'elles trouvaient la nouvelle maison froide et sans charme. Finalement, j'ai sorti de ma poche mon inévitable cigare toscano et j'ai demandé si je pouvais fumer. En riant, elles ont sorti d'une boîte deux cigares - cubains, bien sûr - plus gros que le mien. C'est ainsi que l'entente est née, sur un fil de fumée. Leur demande consistait à s'occuper des finitions, de l'éclairage et des solutions d'ameublement pour compléter le projet développé par le studio

Collecting has been redefined in new forms that see it spilling out of art and into design. We have witnessed the opening of lots of collectible design galleries, which are having the time of their lives now that one-off collectible pieces are given prominence and have their own market positioning. There are shows and events that promote artisan skills. For me, the epitome of the perfect combination between contemporary design and art is an interior decoration project I made for a villa in Switzerland. I am a lover of contemporary art, and often the works I make add up to my art projects. In this case, the challenge was really inspiring. In addition to the property and Loukoum the dog, the house contains an impressive art collection, made up of aggressive 'impulse buys' that I had to connect with the architecture. I didn't know the owners but they had just bought a sculpture by Stefano Bombardieri, a good friend of mine, who had introduced us. As I usually do, at my first survey in my briefcase I had the materials I love the most: stone, wood, metal. They confided to me that the new house felt cold and uncharismatic. I eventually took my ubiquitous toscano cigar out of my pockets and asked them if I could smoke. Laughingly, they took two cigars - two Cuban ones, of course - that were bigger than mine. So, this is how we hit it off, on a wisp of smoke. Their brief was taking great care of the finishes, the light engineering and the furniture, to complete the project worked out by local studio Favre&Guth Architectes. The goal was adapting the interior design to their enthusiastic passion for contemporary art. Any work on the property, which occupied about 950 square metres, was thought of as an expansion and a reflection of the private gallery,



Chiara

*Le fauteuil meublant la galerie principale de la maison.
The armchair decorating the main gallery of the house.*



Gilda B.

Les chaises s'unissent à la table de la salle à manger. The chair joins the table in the dining area.



Loukoum

La femelle terrier dont les propriétaires de la maison galerie prennent soin en fonction de ses habitudes et de ses goûts en matière d'architecture (tres Bau-House).

The female terrier that the owners of the gallery house take care of according to her habits and architectural tastes (very Bau-House).

local Favre&Guth architectes. L'objectif est de concevoir les intérieurs en fonction de leur passion enthousiaste pour l'art contemporain. Chaque intervention sur la maison, s'étendant sur environ 950 mètres carrés, a été conçue comme une extension et un reflet de la galerie privée, qui est située dans la partie est de la maison ; les pièces ont été à chaque fois revêtues différemment pour accueillir les pièces les unes après les autres. Dans certains cas, les œuvres étaient le point de référence autour duquel travailler, comme un grand calque fuchsia d'un champ labouré, dont la couleur a ensuite été reprise dans certains détails de l'environnement dans lequel il se trouve. Dans d'autres cas, le choix du lieu d'implantation des œuvres a été fait ultérieurement.

Des peintures, des sculptures, des installations ont envahi chaque pièce de la maison, qui possède également une belle piscine intérieure de 25 mètres couverte de pierre noire, un espace spa bordé de Ceppo del Grè, également au plafond, et bien sûr un fumoir, conçu comme un écrin de pierre et de bois de macassar. Il y a une cheminée qui traverse le salon. Le sol et le plafond sont perforés pour une ventilation parfaite. J'ai tout misé sur le Ceppo del Grè, qui couvre la plus grande partie de la maison. Son irrégularité m'a toujours fascinée, même si elle le rend très difficile à « comprendre ».

Les meubles ont été fabriqués par Edra. Les propriétaires de la villa ont visité l'entreprise toscane et ont été accueillies pendant deux jours entiers dans la salle d'exposition.

Edra Magazine a profité de l'occasion pour s'entretenir avec l'une d'entre elles.

which is in the east wing of the house; each room was covered in a different way to take in the pieces, one after the other. Sometimes, we picked out a work of art as a statement piece and worked around it, as with the big fuchsia cast of a ploughed field, its colour echoed in some details of the room. Sometimes, the place to put the art in was chosen later.

Paintings, sculptures, installations invaded every single area of the house, which also has a beautiful 25-metre indoor swimming pool clad in black stone, a spa area entirely covered in Ceppo del Grè stone, including the ceiling, and obviously a smoking room, conceived as a treasure chest of stone and Makassar ebony wood. There's a chimneypiece that goes through to the living room on the other side.

The floor and the ceiling have been pierced for perfect ventilation. I put my money on the Ceppo del Grè stone that covers much of the house. Its unevenness has always fascinated me, even if it makes it very hard 'to understand'.

The furniture was designed by Edra.

The owners of the villa visited the Tuscany-based company that kept them with them for two days for a tour of the showroom.

Edra Magazine took the opportunity to have a talk with one of them.



Pack
 Devant la cheminée revêtue de
 Ceppo del Gré.
 In front of the chimneypiece
 covered in Ceppo del Gré stone.

Il ne s'agit pas seulement d'une passion, mais de quelque chose de plus. Vous êtes une collectionneuse extraordinaire. Comment cette sorte de « maladie saine » est-elle apparue pour que vous ne puissiez pas vous empêcher d'acheter de nouvelles pièces ?

Je n'aime pas utiliser le mot « maladie », il n'existe pas de maladie saine, je préfère l'appeler « artite ». Elle est apparue il y a presque vingt ans, lorsque j'ai acheté un tableau d'un peintre cubain, Carlos Boix, dont j'ai maintenant plus de cent cinquante œuvres et qui vient de nous faire une autre sculpture. L'« artite » a des périodes plus ou moins intenses. Quand elle devient aiguë, je me sens comme un lion en cage qui a besoin de se dégourdir les pattes. Et cela arrive très souvent, même si la cage est grande...

Laissez-moi vous raconter une anecdote : nous étions à Munich avec le chien et nous sommes allés rendre visite à un ami sculpteur. Il avait son studio à côté de celui de Botero, alors nous avons décidé de sonner à la porte du Maestro. Il l'a ouvert lui-même et nous a laissé entrer, en nous disant de faire attention au chien, car les peintures séchaient sur le sol. J'ai immédiatement

Yours is not just a passion, it's something more. You are an outstanding collector. Where does this sort of 'healthy obsession' come from so that you can't stop buying new pieces?

I don't like the word 'obsession', there's no such thing as a healthy obsession, I would rather call it 'artitis'. I caught it nearly twenty years ago when I bought a painting by a Cuban artist, Carlos Boix, of whom I now have more than one hundred and fifty works and who has just made another sculpture for us. 'Artitis' goes through more or less intense periods.

When it is acute, I feel like a lion in a cage that needs to stretch out his legs. And this happens quite often, even if the cage is a big one

Let me tell you an anecdote: we were in Monaco with our dog and went to see a sculptor friend. His studio was near Botero's one, so we decided to ring on the Master's door. He opened the door himself and let us in, telling us to mind the dog because his paintings were drying on the floor. My eyes fell on a work that I loved more than any other, and one month later it was in our house. Once I bought a work by a very well-known artist which I



Margherita
Le fauteuil en polycarbonate flanque
une sculpture d'Amaldo Pomodoro.
The polycarbonate armchair next to a
sculpture by Amaldo Pomodoro.



vu une œuvre que j'aimais plus que toute autre et un mois plus tard, elle était chez nous. Une autre fois, j'ai acheté une œuvre d'un artiste très connu mais que je n'aimais pas du tout, je me suis laissé convaincre par le galeriste. Je détestais cette peinture et la seule raison pour laquelle je l'ai achetée était d'apprendre à l'apprécier. Un défi. J'ai essayé encore et encore, mais je n'ai pas pu. Cinq ans plus tard, je l'ai échangé avec un Haring. Que j'aime tant et qui me sourit tous les jours quand je descends les escaliers.

La maison est le lieu de l'intimité et du bien-être, où une personne exprime ce qu'elle est. Mais votre maison est aussi la maison de l'art. En regardant les photos, on dirait que les œuvres d'art vivent dedans. Elles ne sont pas exposées, mais elles ont une vie qui leur est propre. Pouvez-vous nous parler de cette histoire ?

Cette question contient déjà la réponse. La maison est le lieu de l'intimité et du bien-être, et c'est ce que l'art signifie pour moi. Cela me fait toujours plaisir et même rire (mentalement) quand quelqu'un me dit qu'il voit un parcours, un fil précis qui relie les pièces de la collection. Cette collection a été construite avec des émotions, et non avec la tête. Il n'y a rien qui m'ennuie plus qu'un galeriste qui explique ce qu'il faut voir dans un tableau et comment le comprendre...

didn't like at all, I was persuaded by the gallery owner. I hated that painting, and the only reason I had bought it was that I wanted to learn to like it. A challenge. I tried and tried again but I failed. Five years later I swapped it for a painting by Haring. Which I adore and smiles to me every day as I go downstairs.

Home is a place of intimacy and comfort where people express themselves. But your home is also the home of art. By looking at the pictures, art seems to be living in it. It is not on display but has a life of its own. Can you tell us something about this matter?

This is a question that needs no answer. Home is a place of intimacy and comfort, and this means art to me. I always love it and I always laugh (in my mind) when someone tells me they can see a connection, a specific thread running through the pieces in my collection. Such collection has been built by the heart, not by the mind. There's nothing that bores me more than a gallery owner explaining what one should see in a painting and how to find it out... To be a bit more terre à terre, this house has been built to take in what has turned into a collection. For instance, the floor had to be strengthened to hold Jan Fabre's Brain, 3.7 tons of Carrara marble. Kusama's Pumpkin was a key piece too,



Roberto Falconi
*fumant un cigare toscan dans la
 galerie principale de la maison.
 smoking one of his cigars in the main
 gallery of the house*

Pour être un peu plus terre à terre, cette maison a été construite pour abriter ce qui est devenu une collection. Par exemple, le Cerveau en marbre de Carrare de 3,7 tonnes de Jan Fabre a nécessité un renforcement du sol. La Pumpkin de Kusama a également été une œuvre clé pendant la construction. Le jardin a été conçu et construit autour des deux bottes de 4 mètres de haut et de l'os blanc, etc.

L'art s'achète donc avec le cœur et non avec la raison. En choisissant Edra, vous avez trouvé un véritable « complice ». Qu'est-ce qui vous a poussé à faire ce choix et comment avez-vous vécu l'expérience de meubler un endroit aussi spécial ? Lorsque nous avons visité Edra, après un délicieux déjeuner, nous sommes allés dans leur showroom. Le mobilier s'est imposé, des fauteuils spéciaux pour le fumoir, des lits réalisés en dentelle d'or, des meubles créés par des artistes dans une maison d'art. Après avoir vu les chaises de salle à manger en polycarbonate, nous avons pensé qu'elles allaient si bien avec la table artistique de Bombardieri, faite spécifiquement pour la maison, que nous les avons immédiatement commandées.

Roberto Falconi

Architecte de la « vieille école », avec des références allant de Mies et Barragan, des modernistes américains au régionalisme critique japonais. En 2015, il fonde avec son fils Gabriele, Falconi Architettura, un cabinet qui s'occupe principalement de projets privés et surtout de la rénovation de l'architecture résidentielle.

"Old-school" architect, inspired by such artists as Mies and Barragan, from American modernism to Japanese critical regionalism. In 2015, with his son Gabriele, he opened Falconi Architettura, an architecture firm that mainly deals with private projects and the renovation of residential buildings.

Photo **Andrea Martiradonna**

while the property was being built. The garden was designed and developed around the two 4-metre-tall boots and the white bone, and so on.

So, art is bought with one's heart and not with one's mind. When you chose Edra, you found a veritable 'partner in crime'. What led you to make such choice, and how did you experience using your furnishings to decorate such a special place?

When we visited Edra, after a lovely lunch we went to their showroom. The furniture stood out for itself, special chairs for the smoking rooms, beds made of golden lace, furnishings created by artists in an artist's house. After seeing the polycarbonate dining chairs we thought they fit so well with the artistic table by Bombardieri, made site specific for the home, that we immediately ordered them.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Roberto Falconi'. The signature is fluid and cursive, with a long horizontal stroke at the end.





Grande Soffice & Sponge
Respectivement le canapé et le fauteuil
meublent le salon de la maison.
Respectively the sofa and the armchair
furnish the living area of the house.

LES HORIZONS DU NAUTISME
S'OUVRENT AU-DELÀ DE LA
MER

SERGIO BUTTIGLIERI RACONTE COMMENT
CANTIERI SANLORENZO APORTE L'ART ET LE
DESIGN À BORD DE SES YACHTS.

THE HORIZONS OF SEALING
OPEN BEYOND THE
SEA

SERGIO BUTTIGLIERI TELLS HOW CANTIERI
SANLORENZO BRINGS ART AND DESIGN
ABOARD ITS YACHTS.

WORDS Laura Arrighi





Il n'y a pas d'histoire plus dynamique et plus intense que celle entre le nautisme et l'architecture. L'attraction entre les deux disciplines a commencé à produire ses effets au XXe siècle, grâce à l'évolution de la technique, qui a conduit à la construction de navires toujours plus grands et plus rapides, véritables bâtiments flottants. Dans *Vers une architecture*, de 1923, Le Corbusier écrit que ces géants en mouvement sont la preuve concrète du progrès qui avance et en même temps des produits industriels, dans lesquels reconnaître - outre la beauté - les prodromes de nouvelles architectures basées sur des modèles d'habitation alternatifs, qui répondent à d'autres tracés de régulation, d'autres fonctions, d'autres mesures, d'autres meubles, d'autres styles de vie, d'autres esthétiques, d'autres habitants. En faisant un saut dans le temps, nous constatons aujourd'hui un renversement dans ce jeu de regards. Pour diverses raisons, c'est le nautisme qui fait des clin d'œil à la conception des meubles et des objets domestiques. À des concepts tels que l'ergonomie, la



No connection is more dynamic and deep than that between yachting and architecture. The attraction between the two disciplines started to deliver its effects in the twentieth century, driven by the advancements of technique, which led to build ever bigger and faster ships, like veritable floating buildings. In *Vers une architecture*, published in 1923, Le Corbusier wrote that those moving giants were also concrete evidence of advancing progress and industrial products in which one should discern – not only beauty – the harbingers of new architectures, built on alternative living options that responded to different regulating lines, different purposes, different measurements, different furnishings, different lifestyles, different aesthetics, different residents. In a time shift, now we see a reversal, in this interplay of perspectives. For many reasons, it is yachting that flirts with interior design and home implements. Such concepts as ergonomics, function and performance now sit next to new paradigms that belong more specifically to residential

Sherazade

Le canapé sur mesure adapté au Yacht SD 112.

The custom-made sofa for the yacht SD 112.

fonctionnalité et la performance, de nouveaux paradigmes ont été ajoutés, plus typiques du secteur résidentiel, concernant un type de bien-être visuel, tactile et mental à 360 degrés. Comme affirme Luca Zaniboni, dans *Interior Design Multitasking. Incroci tra nautica e architettura* « nous avons essayé de surmonter la dichotomie entre les enveloppes technologiques et les intérieurs ancrés dans les styles du passé, qui engendrait un « goût nautique » caractérisé par des aménagements de distribution compartimentés et l'utilisation de matériaux très « chargés » qui, dans l'imaginaire collectif, sont immédiatement associés au nautisme ».

La décoration intérieure a commencé à s'intéresser aux meubles qui étaient fonctionnels, mais qui pouvaient aussi configurer et optimiser des aménagements plus flexibles. En même temps, qui répondaient aux besoins de douceur, de confort et d'esthétique contemporaine qui sont passés des maisons aux bateaux. Edra participe à cette opération d'ameublement dans le secteur nautique. Grâce aux caractéristiques de ses produits et à la possibilité, avec quelques ajustements rapides, de rendre le mobilier performant dans les espaces en mouvement, l'entreprise a répondu à ces demandes, en collaborant avec Wally, Perini, Maiora, Ferretti, Riva, Amtec et Cantieri Sanlorenzo.

À cette occasion, nous parlons de Cantieri Sanlorenzo, une réalité italienne et une excellence au niveau international, qui s'est engagée depuis longtemps dans une nouvelle voie en matière de design d'intérieur. Depuis 1958, Cantieri Sanlorenzo conçoit et construit des yachts qui résistent à l'épreuve du temps et de la mer. Edra a été choisi pour décorer l'intérieur de certains de ses bijoux flottants, et notamment le siège de La Spezia, avec le canapé *On the Rocks*.

Dans les bureaux d'Ameglia, *Edra Magazine* a rencontré Sergio Buttiglieri, style director de Cantieri Sanlorenzo depuis 2006, et l'un des promoteurs de ce changement dans le monde de la décoration intérieure des yachts. Buttiglieri a lutté contre l'immobilisme du mythe du yacht en tant que légende intouchable. Dans cette bataille, il avait à ses côtés un entrepreneur à l'esprit ouvert, Massimo Perotti.

buildings, that concern a certain type of 360-degree visual, tactile and mental wellbeing. As Luca Zaniboni in *Interior Design Multitasking* states. *Crossroads between boating and architecture* states "Attempts have been made at overcoming the dichotomy between high-tech shells and interiors that cling to the stylistic devices of the past, which exuded a 'nautical vibe' with compartmentalised layouts and quite 'heavy' materials, which the collective imagination instantly associates with sailing." Their interiors started to look to functional furnishings, of course, on condition they configured and optimised more flexible layouts. And on condition they responded to those needs for softness, comfort and contemporary aesthetics that have moved out of the home and into the boat. Edra has



Yacht SD 112

supported the foray of home décor into boats. Because of the features of its products and the option, with a few quick adjustments, to make its furniture perform even on moving spaces, it responded to such demands and worked for Wally, Perini, Maiora, Ferretti, Riva, Amtec and Cantieri Sanlorenzo.

Here, we are going to speak of Cantieri Sanlorenzo, an Italian company and one of the best in the world, which some time ago set off for a

new journey through interior design. Since 1958, Cantieri Sanlorenzo has been designing and building yachts that withstand the test of time and the test of the sea. It chose Edra to decorate the interiors of some of its floating gems. As well as of those of its headquarters in La Spezia, with *On the Rocks* sofa.

In the Ameglia offices, *Edra Magazine* met Sergio Buttiglieri, style director at Cantieri Sanlorenzo since 2006, and one of the men behind such change of route in the world of interior design for yachts. Buttiglieri has fought against the ultra-conservatism of the myth of the yacht as an untouchable legend. In such battle, he had a broadminded businessman, Massimo Perotti, on his side.





Comment l'idée d'intérieur change-t-elle dans le monde de la conception des yachts ?

Bien qu'elle ait une histoire glorieuse - voir les transatlantiques imbattables de Gustavo Pulitzer et Gió Ponti au milieu du XXe siècle -, l'industrie du nautisme s'est figée dans certains imaginaires au cours des dernières décennies. À la base de cet immobilisme, comme le rappelle Roland Barthes dans *Le mythe, aujourd'hui*, il y a le fait que les yachts sont toujours des « coins de foyer » paradigmatiques, des « grottes adorables » et que « la satisfaction d'y être enfermé s'exprime à travers les hublots, excellente métaphore de l'observation d'un extérieur infini par excellence qu'est la mer et le ciel, à travers un œil blindé ». Ce monde cristallisé se trouvait encore dans les intérieurs de George Nelson et dans des aménagements qui ne



Yacht SL 118

How is the idea of interiors changing in the world of design for yachts?

Despite its illustrious background – take for instance the unsurpassable liners of the mid-20th century decorated by Gustavo Pulitzer and Gió Ponti – in the last few decades yachting was getting stuck into some imageries. Such ultra-conservatism, as Roland Barthes points out in *Mythologies*, was built on the fact that yachts are always paradigmatic 'homes', 'adorable caves' and "the satisfaction of being enclosed there is conveyed by the porthole, an excellent metaphor of the observation of the quintessential outdoor infinity that are the sea and the sky through an armoured eye". This crystallised world had got stuck at the George Nelson style of interiors and at layouts that did not interact with the current way of living on a yacht, which is much more informal and

**Sherazade**

*Meuble le salon du Yatch SL 118.
The custom-made sofa for the
yacht SL 118.*

dialoguaient pas avec la manière actuelle de vivre le yacht, beaucoup plus informelle et plus flexible selon les besoins de son public international.

Afin de révolutionner cette fixité, j'ai pensé à associer des noms du design italien et international, étrangers au nautisme, mais connus et appréciés dans le monde de l'architecture et qu'aucun chantier naval n'avait jamais pensé à appeler pour concevoir l'intérieur des yachts. Résultat : des espaces agrandis et distribués d'une nouvelle manière, des open-spaces inattendus, des réinterprétations intelligentes des matériaux traditionnels, un mélange de mobilier contemporain et de pièces vintage raffinées, des insertions d'œuvres d'art également spécifiques au lieu, et une atmosphère résolument contemporaine et fonctionnelle.

Sanlorenzo a réussi à introduire dans cet imaginaire immobilisé des langages non homologués qui étonnent et renversent la perception de limite que vous avez toujours à bord de ces bijoux automoteurs, nés pour sillonner la mer merveilleuse en toute détente.

more adaptable to the needs of an international clientele. To revolutionise such fixedness, I thought of summoning some names of Italian and international design that do not belong to the world of yachting but are known and respected in the world of architecture and that no shipyard had ever thought of calling in to design the interiors of a yacht. The result was: dilated spaces laid out in unexpected ways, unusual open spaces, smart updates on traditional materials, contemporary furniture mixed with fine vintage pieces, some works of art, including site-specific ones, thrown in, and a definitely contemporary and functional vibe. In this crystallised imagery, Sanlorenzo managed to bring in unconventional languages that amaze and disrupt the perception of the limits that one always has when on one of these self-propelled gems, made to sail the wonderful sea in total relax.

So, how has the relationship between interior design and yachting changed, then?

My job at Sanlorenzo is to create 'tailor-made dresses' for



Scigno

*Le meuble de rangement en bois et revêtement en éclats de verre dans la cabine de l'armateur du Yacht SD126.
The custom made container with pull-down TV, made of wood and covered with mirror chips, in the owner's cabin of the Yacht SD126.*

Comment la relation entre l'ameublement et le nautisme a-t-elle donc été transformée ?

Mon travail chez Sanlorenzo est de faire un « costume sur mesure » pour nos propriétaires, qui nous choisissent pour l'attention que nous portons à la qualité formelle de nos lignes intemporelles, qui essaient de ne pas mélanger trop de styles comme on en voit souvent, malheureusement, dans ce monde. Avec notre chantier naval, les armateurs redécouvrent le goût de la grande tradition nautique italienne. Partant d'une culture qui se perdait dans des ruisselets éphémères et contradictoires, nous avons su profiter des différents styles pour ramener cette qualité incontestable au nautisme contemporain. Ma décoration intérieure est toujours basée sur le dialogue avec l'armateur, il ne faut jamais s'opposer mais, par la confrontation et l'échange d'idées, obtenir le meilleur résultat.

Au fil des ans, Sanlorenzo a suivi un cheminement cohérent, avec des choix stratégiques dans le monde du design et de l'art. En plus de tester l'ergonomie du mobilier, nous expliquons le design à nos armateurs en le contextualisant avec des références aux concepteurs et à la période de production. En outre, nous comptons sur l'harmonie qui guide toute forme d'expression culturelle et naturelle de notre territoire. Cela m'a conduit à contaminer de plus en plus Sanlorenzo avec le design et l'art, sans jamais trahir l'histoire de notre marque. Des innovations basées sur sa tradition nautique spécifique.

our ship-owners, who chose us because of our attention to the formal quality of timeless lines, that try not to mix too many styles together as, sadly, it often happens in this world. In our shipyard, ship-owners find the taste of the great Italian sailing tradition again. Starting from a culture that was getting lost in fickle and contradictory rivulets, we managed to capitalise on all styles and bring that undisputed quality back into contemporary yachting. My interior design projects are always based on a dialogue with the ship-owners, you should never contradict them but bring the best result home by exchanging opinions and ideas.

Over the years, Sanlorenzo has gone through a consistent journey, making strategic choices in the world of art and design. As well as testing the ergonomics of the furnishings, we explain design to our ship-owners, and contextualise it with reference to their authors and age. In addition, we rely on the harmony that imbues any cultural and natural expression of this region. This led me to increase the mix of design and even art at Sanlorenzo, without ever betraying the heritage of our brand. Breakthroughs based on its specific maritime tradition.

Quels sont les concepts et les mots clés qui guident la conception des bateaux et des yachts aujourd'hui ?

Je mentionne quelques-uns des quatre projets Sanlorenzo, qui ont été sélectionnés par l'Adi - Association pour le design industriel - pour concourir au Compasso D'Oro 2020. Le premier est le yacht SX 88 de 29 mètres de Piero Lissoni. Il a proposé un open-space qui met en valeur la spécificité de ce bateau avec de grandes fenêtres et de grands espaces extérieurs. Le super yacht Explorer de 42 mètres, d'Antonio Citterio et Patricia Viel, dans lequel on a travaillé sur les espaces intérieurs et extérieurs, et le SL 102 A de Bernardo Zuccon, un 34 mètres, premier yacht asymétrique de l'histoire nautique, qui a connu un grand succès, révolutionnant la ligne des planants de Sanlorenzo. À mon avis, il s'agit d'une sorte d'hommage à la pensée du célèbre historien de l'architecture Bruno Zevi qui, dans son livre mythique *Le langage moderne de l'architecture*, a cité l'asymétrie comme l'un des invariants de l'architecture contemporaine comme un élément distinctif important. Enfin, il a été sélectionné une de nos installations *Il mare a Milano* de 2017, réalisée en collaboration avec le cabinet Neo pour la Triennale de Milan, pendant la semaine du Salone del Mobile. Une nouvelle confirmation de notre relation organique avec le design contemporain.

What are the concepts and keywords that drive the design of boats and yachts nowadays?

I will mention some of the four designs by Sanlorenzo that have been shortlisted by ADI – the Italian Industrial Design Association – to compete for the Compasso D'Oro award 2020. The first one is the SX 88, a 29-metre yacht by Piero Lissoni. It provides an unusual open space that emphasises the specificity of this yacht, with its large windows and vast outdoor areas. The Explorer, a 42-metre super-yacht by Antonio Citterio and Patricia Veel, where we worked at the interiors and outdoor areas, and the 34-metre SL 102° by Bernardo Zuccon, the first asymmetrical yacht in the history of sailing, which has been a huge success, revolutionising the style of Sanlorenzo planing hulls. In my opinion, it is a sort of tribute to the philosophy of Bruno Zevi, the famous architectural historian, who, in his legendary book *Il linguaggio moderno dell'architettura*, included asymmetry, and particularly asymmetry, in the list of invariants of contemporary architecture, as one of its main distinctive features. Finally, one of our installations *Il mare a Milano* of 2017 was selected, created in collaboration with Studio Neo for the Triennale in Milan, during the week of the Salone del Mobile. A reconfirmation of our organic relationship with contemporary design.

Sergio Buttiglieri

*Dans les bureaux de Cantieri Sanlorenzo assis sur On the Rocks.
In the offices of Cantieri Sanlorenzo sitting on the On the Rocks.*



Dans ces projets, il y a une recherche constante d'innovation, un désir d'atteindre de nouveaux objectifs en termes d'expérimentation. Une valeur à laquelle Edra s'identifie.

Nous choisissons les meilleures marques italiennes et les meilleurs produits d'ameublement, y compris les pièces d'Edra, que nous avons proposées avec succès à plusieurs armateurs. C'est aussi grâce à eux que nous avons donné un nouveau souffle à l'histoire de l'industrie italienne du nautisme. Nous avons notamment utilisé les canapés *Sherazade* pour leur confort et leur polyvalence. Des plates-formes qui recréent des atmosphères informelles dans nos salons et qui répondent parfaitement au désir de flexibilité d'utilisation que nos armateurs internationaux exigent de plus en plus. Dans l'SD 112, un armateur mexicain, célèbre architecte, amoureux de la marque Edra, a choisi *Sherazade* pour transformer le salon. Grâce aux dossiers repositionnables du canapé, le salon peut être transformé en une salle à manger fonctionnelle, si nécessaire en plaçant la table amovible au milieu. Une autre expérience heureuse de salons meublés avec *Sherazade* est celle du SL 118, appartenant à un armateur de Munich, important promoteur immobilier et amateur de design. Avec une disposition plus articulée, il a choisi ces sièges pour son salon à la proue, avec un espace home cinéma attenant et une salle à manger vers la poupe. D'autre part, pour un armateur espagnol, qui a également des activités liées à la construction et à la restauration, nous avons sélectionné les conteneurs *Scigno*, tant pour la salle à manger, qui dialogue avec l'œuvre d'art de londa, que pour la cabine de l'armateur. Edra a personnalisé ce dernier conteneur, le rendant fonctionnel comme meuble TV, grâce à un système d'élévation et d'abaissement, et en faisant de cet objet l'acteur principal de cette suite armatoriale spectaculaire. La polyvalence des entreprises italiennes est exemplaire pour pouvoir dialoguer avec les besoins de l'industrie nautique, en produisant en peu de temps des pièces spéciales adaptées à nos besoins.

Que pouvez-vous nous dire sur les relations avec l'art, les artisans et le territoire, qui dans votre histoire semblent si importantes et si enracinées ?

L'industrie nautique avait besoin de se connecter à des mondes apparemment très différents qui, par leur contribution, lui ont valu dignité et qualité. Cette qualité nécessite une fabrication d'excellence qui, comme l'a dit Enzo Mari lors d'une conférence organisée par Sanlorenzo

A relentless pursuit of innovation, a will to achieve new targets in terms of experimentation can be felt in such projects. A value that Edra identifies with.

We choose the best designers, the best brands, and Italian furniture, including the pieces by Edra that we have successfully suggested to quite a few ship-owners. They helped us inject new life into the history of national yachting. In particular, we used *Sherazade* sofas for their comfort and versatility. Platforms that recreate an informal vibe in our living spaces and that perfectly fulfil the wish for versatility that our international ship-owners are increasingly demanding. For the SD 112, the Mexican owner, a famous architect who loved Edra, chose *Sherazade* to transform its living quarters. Using the adjustable backrests of the sofa, the lounge can turn into a functional dining room, with the folding table in the middle if needed.

Another successful experience of a lounge furnished with *Sherazade* is that of the SL 118, owned by a big property developer from Munich with a passion for design. In a more structured layout, he chose these seats for his fore living area, adjoining a home cinema area, and a dining area at the stern. For a Spanish owner, instead, who also worked in property development and restaurants, we selected *Scigno* sideboards for both the dining area, which dialogues with londa's artwork, and the ship-owner's cabin.

Edra customised the sideboard, making it work as a TV stand through a height-adjustable system and making it steal the show in that spectacular master suite. The versatility of Italian companies is impeccable in the way they know how to interact with the requirements of the yachting world, as they produced special pieces that suited our needs in no time.

What can you tell us about the relations with art, the workers and the local community that sound so important and deeply-rooted in your history?

The yachting world needed to connect with seemingly very different worlds, which, with their contribution, made it gain dignity and quality.

Such quality needs the very best manufacturing processes, which, as Enzo Mari said at a conference organised by Sanlorenzo in Lerici, in 2006, is not a random fruit of a place, it is the stratification of the local history that makes it unique. And, as for stratifications in the sailing world, Liguria, along with Tuscany, is second to none.



Ella
à bord d'un Yacht SD 112.
on the yacht SD 112.

à Lerici en 2006, n'est pas le résultat fortuit d'un lieu, mais la stratification de l'histoire du territoire qui le rend unique. Et la Ligurie, avec la Toscane, n'a pas son pareil au niveau des stratifications dans le secteur nautique, et pas seulement. À cette conférence, j'avais également invité Stefano Boeri, alors directeur de *Domus*, qui nous avait raconté comment la Méditerranée avait toujours été traversée par des routes codifiées, une sorte de mer solide avec tous ses codes, du loisir au commercial, en passant par les migrations. Et l'histoire du nautisme était inévitablement intégrée dans ces codes d'accès. Pour nos armateurs, même ceux qui ne sont pas européens, la Méditerranée est la mer idéale. C'est un carrefour de civilisations anciennes, et elle offre d'innombrables destinations.

La culture de la Méditerranée est imbattable pour ceux qui aiment aller en mer et se laisser bercer par son infinie beauté.

I also invited Stefano Boeri, then the director of *Domus*, to that conference, and he told us how the Mediterranean Sea has always been run through by encoded routes, a sort of solid sea with all its codes, from the code of loisirs to the commercial one, to that of migration.

And the history of sailing inevitably fitted in with such passwords.

For our ship-owners, including the non-European ones, the Mediterranean is the ideal sea. It is a crossroads of extremely old civilisations and encompasses a multitude of destinations.

The Mediterranean culture is peerless for those who love to sail and be rocked by its boundless beauty.

PAYSAGE &
ARCHITECTURE

LANDSCAPE &
ARCHITECTURE

WORDS Laura Arrighi



ALBIERA ANTINORI ET MARCO CASAMONTI
S'ENTRETIENNENT SUR LE PROJET DE LA
CANTINA ANTINORI DANS LE CHIANTI
CLASSICO.

ALBIERA ANTINORI AND MARCO CASAMONTI
TALK ABOUT THE PROJECT OF THE CANTINA
ANTINORI IN CHIANTI CLASSICO.

“La cave est une œuvre innovante qui explore la relation complexe et profonde entre l’artifice et la nature.”

“The winery is an innovative building that explores the far-ranging, deep relationship between artifice and nature.”

En parlant de vin, la relation entre l’homme et la nature apparaît immédiatement proche. Même s’il en a toujours été ainsi, les paradigmes ont changé au fil du temps. Autrefois, l’architecture et le design jouaient un rôle moins important qu’aujourd’hui. La métamorphose de la terre, qui est passée d’un élément productif à un élément culturel, est assez récente. Cela a fait de la production de vin une expérience sensorielle à vivre tous azimuts. C’est pourquoi le design joue désormais un rôle fondamental dans l’accueil des invités et la réalisation d’une histoire de valeur. Les marquis Antinori, une famille toscane qui se consacre à la production de vin depuis 1385 et qui, grâce à la sensibilité de l’architecte Marco Casamonti, Studio Archea a donné naissance en 2012 à l’une des plus passionnantes architectures italiennes de ces dernières années, l’ont compris avec une vision d’avant-garde. Plongée dans les collines du Chianti, la cave Antinori dans le Chianti Classico est une œuvre innovante qui explore la relation complexe et profonde entre l’artifice et la nature, représentant leur parfaite symbiose. Il se camoufle, cachant l’installation de production à l’intérieur, grâce à la couverture qui définit un nouveau plan de campagne viticole, dessiné le long des courbes de niveau par deux coupes horizontales, qui permettent l’entrée de la lumière et l’encadrement du paysage. Dans l’obscurité généralisée et la séquence rythmique des voûtes en terre cuite, le cœur protégé de la cave capte la dimension sacrée d’un espace qui offre les conditions thermo-hygrométriques optimales pour le lent processus de maturation du vin dans les barriques. La « cathédrale » est conçue pour accueillir les visiteurs et montrer la production dans toutes ses phases, l’histoire de la famille Antinori, l’art et la culture gastronomique et viticole de la région. Dans ce parcours, le mobilier Edra joue un rôle fondamental dans l’échange continu de rôles entre le design et la narration.

Edra Magazine a rencontré Albiera Antinori, qui dirige l’entreprise familiale avec ses sœurs, et l’architecte Marco Casamonti.

Speaking of wine, the relationship between man and nature looks very close indeed. Even if it has always been like that, the paradigms have changed. In the past, architecture and design played a lesser role than they do today.

The transformation of the land from a productive factor to a cultural factor is fairly recent. This has turned winemaking into a 360-degree experience for all the senses. So it happens that nowadays design plays a key role in welcoming the guests and in telling a treasurable story.

In a farsighted move, this struck a chord with the Antinori family, the Tuscan marquises who have been working in winemaking since the 15th century and who, in 2012, inspired by the acumen of an architect, Marco Casamonti, Studio Archea, created one of the most exciting Italian architectures of the last few years. Surrounded by the Chianti hills, the Antinori nel Chianti Classico winery is an innovative building that explores the far-ranging, deep relationship between artifice and nature as the embodiment of a perfect symbiosis between the two.

It is camouflaged, with the winemaking operations hidden in its bowels, by the roof that defines a new plane of wine-grown countryside, drawn along the contour lines by two horizontal cuts that let the light in and frame the landscape.

In the soft dimness and the cadenced sequence of the terracotta vaults, the sheltered heart of the cellar, it grasps the sacred dimension of a space that provides optimum thermal-hygrometric conditions for the slow aging of the wine in its barriques. This ‘cathedral’ has been designed to welcome the visitors in and show all the stages in the winemaking process, the history of the Antinori family, the local art and the local food and wine culture.

Along the way Edra interior decoration plays a key role in a relentless role swap between design and storytelling.

Edra Magazine met Albiera Antinori, who runs the company with her sisters, and architect Marco Casamonti.



Flap
en cuir blanc et
in white leather and
Tatlin

en velours rouge près de l'escalier
en acier Corten de cantina Antinori
in red velvet portrayed near the
iconic corten steel staircase of the
Antinori nel Chianti Classico winery.

Albiera Antinori. Six cents ans se sont écoulés depuis la fondation de la cave et vingt-six générations se sont succédé. L'attachement au territoire joue un rôle fondamental dans votre histoire. Cette architecture et aussi vos initiatives pour promouvoir l'art l'ont montré.

Il est clair qu'une entreprise familiale, qui a une longue et profonde histoire sur le territoire, compte parmi ses valeurs essentielles l'attachement à la terre. En produisant du vin, cette valeur est encore plus forte. Le vin n'est rien d'autre qu'un produit de la terre et du climat, que l'homme travaille mais que la nature fait naître et grandir. Nous y avons mis toute notre intelligence, nous avons été le moteur et l'énergie, mais ce n'est qu'un ensemble de ce que la terre et le climat donnent, pour le rendre productif, même d'un point de vue intellectuel. Notre tâche consiste à faire connaître les fruits de ce travail dans le monde entier, et à rendre l'activité économiquement durable afin que nous puissions ensuite réinjecter sur le territoire ce qu'il faut. Pour nous, il s'agit là aussi d'une déclinaison du concept de durabilité : rétablir l'équilibre par rapport au travail que l'homme effectue sur le territoire, réintroduire d'une autre manière ce que nous enlevons. C'est ainsi que le cycle se termine. La cave est un hommage à cette terre. Nous avons essayé de faire un bâtiment fonctionnel pour transformer les fruits, beau et marquant l'ère dans laquelle il est né, qui puisse durer pour le plus grand nombre de générations possible. En même temps, nous avons voulu rendre hommage à la terre qui nous permet de réaliser ce que nous faisons, en construisant une architecture qui ne la viole pas. Notre volonté a été magistralement interprétée par l'architecte Marco Casamonti.

Albiera Antinori. Six hundred years have passed since the winery was founded, and it has been in the family for twenty-six generations.

A sense of devotion to this place plays a key role in your history. It has been proven as much by this architecture as by your initiatives to promote art.

Of course, a family company that has a long history and is rooted in the territory has devotion to the land as one of its fundamental values. If you make wine, this value is even stronger. Wine is but a product of the soil and climate, with which man tends to work but that basically is born of and grown by nature.

We have put in our talent, we have been the driver and the energy, but it's a matter of picking what the soil and the climate give, to make it fruitful, not least intellectually. Our job is making the fruit of such labour known all over the world and making the business financially viable, so that we can give back to the local community all it needs. For us, this is a nuance of the concept of sustainability: redressing the balance for what man does on the land by giving back, in some other way, what we take. This is how we come full circle.

The winery is a tribute to this land.

We tried to make a building that could be instrumental to the processing of the fruit, that would be beautiful to look at, and that left its mark on the age it was born in, by lasting through as many generations as possible. At the same time, we wanted to pay a tribute to the land that lets us do what we do by building an architecture that wouldn't ravage it. Our wish has been cleverly rendered by Marco Casamonti, the architect.

“Rétablir l'équilibre par rapport au travail que l'homme effectue sur le territoire, réintroduire d'une autre manière ce que nous enlevons.”

“Redressing the balance for what man does on the land by giving back, in some other way, what we take.”



Marco Casamonti. En Italie, il y a au moins vingt ans, ce type d'architecture était considéré comme avant-gardiste.

C'est l'un des premiers bâtiments italiens entièrement à l'intérieur de la terre, qui ne consomme pas de sol et anticipe tous les problèmes environnementaux actuels. C'est l'un des premiers grands bâtiments industriels de notre pays, qui montre comment il est possible de construire dans le respect du paysage, sans l'endommager mais, au contraire, en le valorisant. Des recherches avaient déjà été menées sur la contamination des bâtiments naturels, il suffit de penser aux expériences d'Emilio Ambasz, mais nous avons essayé de pousser cette relation à son maximum. Le rapport avec la nature est si intégré et si fort que le bâtiment se comporte comme une plante qui s'enracine, reliant l'activité agricole au paysage. Aujourd'hui, nous avons compris que l'homme a besoin de vivre autant que possible plongé dans la nature.

Lorsque vous visitez la cave, le vin est le fil rouge du développement d'une expérience sensorielle dans laquelle l'architecture, le design et l'ameublement jouent un rôle fondamental. L'idée de transformer une réalité productive en un lieu de vie est assez récente dans l'histoire italienne.

Marco Casamonti : Il y a encore quelques années, les caves traditionnelles en Europe jouaient leur rôle. En revanche, aux États-Unis, où il n'y a pas de grande tradition viticole, notamment

Marco Casamonti, such an architecture would have been considered avant-garde in Italy, at least about twenty years ago.

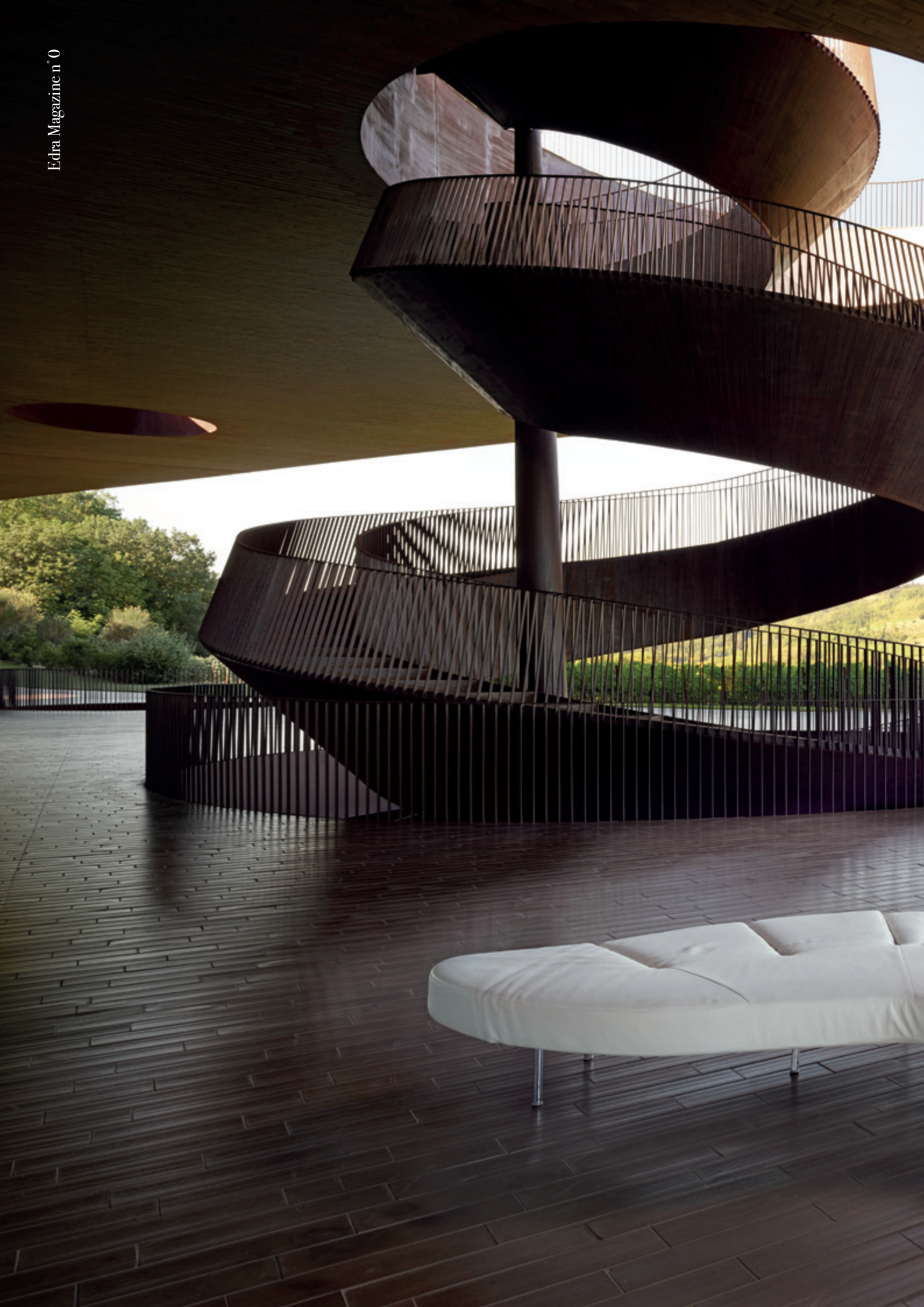
This is one of Italy's first totally-underground buildings, it does not stand on any land and heralded all of today's environmental issues. It is one of the first great industrial buildings of our country, which shows how you can build something that respects the landscape, without damaging it but actually adding value to it. Such combination between building and nature had already been researched, just think for instance of Emilio Ambasz' experiments, but we tried to bring such relationship to its extreme. The relationship with nature is so deeply ingrained and powerful that it's as if the building took root and behaved like a plant, thus connecting the cultivation with the landscape. Now, we have understood that man needs to live as close to nature as possible.

When one visits your winery, wine is the leitmotif in the development of an experience for all the senses, in which architecture, design and interior decoration play a key role. The idea of turning a business into a place to live in is quite recent in the history of Italy.

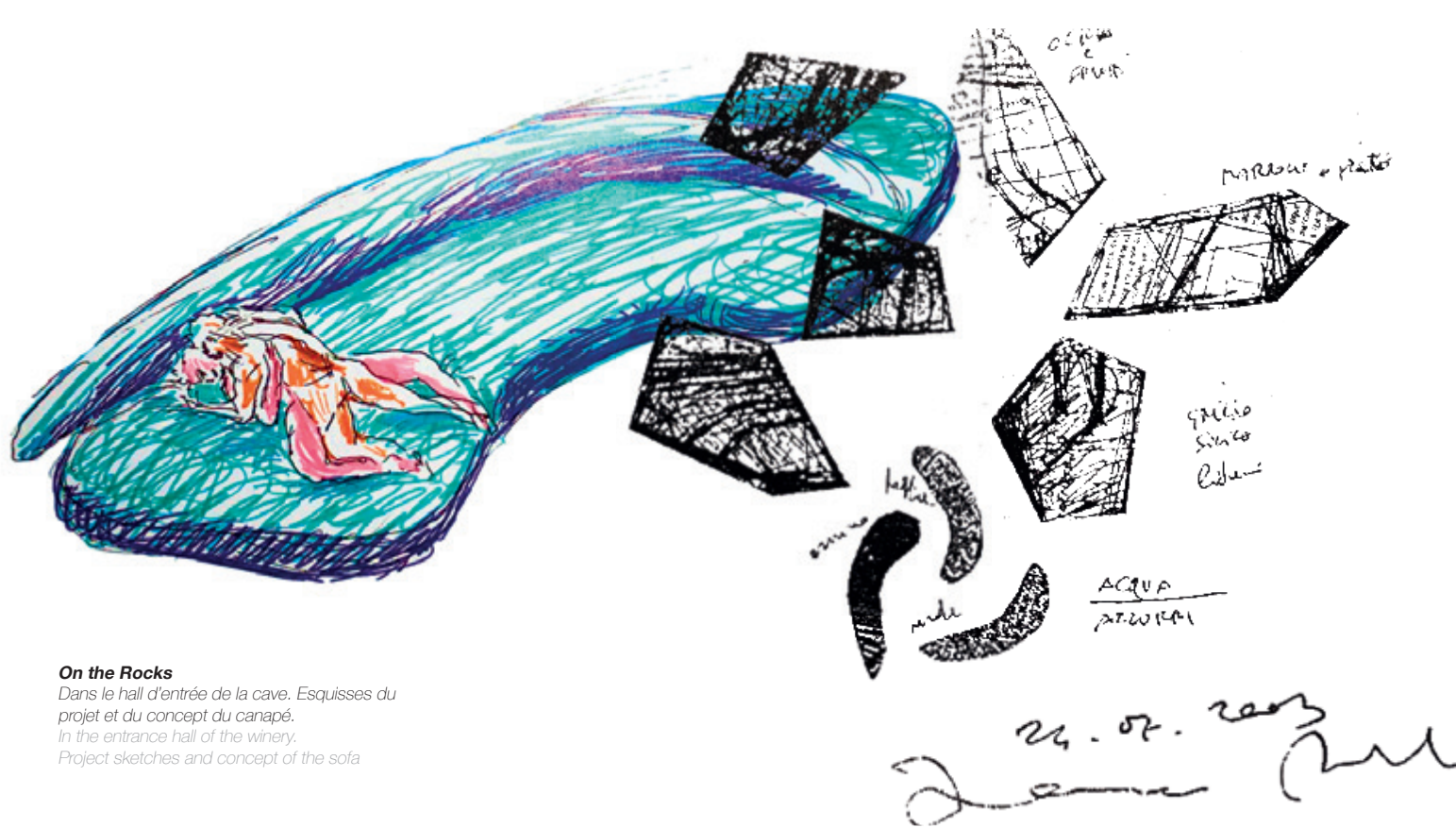
Marco Casamonti: Up to a few years ago, traditional wineries played their role in Europe. In the United States, instead, that have no great vine-growing or winemaking tradition, they started

Chiara

*Les fauteuils meublent la salle multimédia de la cave.
The armchairs furnish the multimedia room of the winery.*







On the Rocks
 Dans le hall d'entrée de la cave. Esquisses du projet et du concept du canapé.
 In the entrance hall of the winery.
 Project sketches and concept of the sofa



dans la Napa Valley, ils ont commencé à se construire une image forte à travers des architectures signées par de grands architectes. Afin de pallier le manque d'histoire, ils ont travaillé sur une vision contemporaine d'une cave qui, en même temps, était pleine de ces valeurs et significations qui caractérisent les caves européennes. L'objectif est de lier la tradition viticole à une production différente de toute autre production industrielle, mais qui introduit le thème de l'artisanat, du terroir et, surtout, de la capacité créative et artistique. La production de vin nécessite une approche artistique et créative. Au moment de notre projet, il y avait eu quelques cas en Europe. J'avais écrit un livre sur les caves d'auteur : *Cantine. Architettura 1990-2005 (Caves. Architecture du vin 1990-2005)*, dans lequel j'avais rassemblé de nombreux exemples de bâtiments de qualité. En Italie, les Antinori ont été parmi les premiers à comprendre qu'une cave nouvellement conçue doit être un lieu de production, mais aussi de grande sacralité, selon notre culture, et de respect de la production de vin et de la nature.

to build a strong image, especially in the Napa Valley, by having their architectures designed by great architects. To make up for the lack of a history, they worked on a contemporary view of the winery that could also be laden with those values and meanings that European wineries were known for. The aim is to connect the vine-growing and winemaking tradition with a business that is different from any other industrial business but that brings in the themes of craftsmanship, the land and, above all, creative and artistic skills. Winemaking needs a somewhat artistic and creative approach. When we came up with our project there had been a few cases in Europe. I had written a book about designer wineries: *Cantine. Architettura 1990-2005*, where I had described many examples of quality buildings. In Italy, the Antinori family has been one of the first to understand that a new-generation winery must not just be a place where wine is made, it must also be a deeply sacred place, according to our culture, and a place that is respectful of nature and of the vine-growing and winemaking tradition.

Albiera Antinori : L'Italie avait pris un peu de retard dans son approche de la commercialisation du vin, qui ne s'était pas détachée de la présentation restrictive des aliments. Tout en ayant une tradition aussi présente et enracinée, notre pays a été un peu plus lent en matière d'innovation, du moins en ce qui concerne la communication. Il y a aussi une raison pratique qui ralentit la construction de bâtiments plus contemporains : notre législation et notre bureaucratie sont dissuasives, lorsque vous voulez entreprendre un projet « différent » de la normale. Il faut plus de temps, beaucoup de détermination et une bonne solidité économique. Les sauts vers l'avenir peuvent être réalisés par des entreprises qui ont la capacité financière de les soutenir, tout en étant conscientes de leur tradition. Considérée dans un sens positif, pas comme un fardeau, une ancre qui vous maintient fixé dans le passé, mais plutôt comme un trampoline qui vous permet de regarder l'avenir en profondeur. Ce sont ces valeurs qui nous ont permis de prendre notre nouvelle voie. En nous inspirant d'autres exemples dans le monde, qui avaient communiqué le vin de manière plus directe et plus attentive, mais en même temps en portant notre solide histoire avec nous, nous avons commencé à regarder le consommateur, et pas seulement le produit. En pensant aux gens que nous devons atteindre, nous voulions travailler sur un contexte et une histoire qui parlent et qui sont faits de beauté, de design, d'architecture et de nourriture, de pays, de compétences manuelles et d'intellect. Le pas a donc été facile.

Marco Casamonti : Ses architectures sont étudiées en détail. Comment voyez-vous la relation entre l'architecture et les intérieurs, en général et spécifiquement dans ce projet ?

Il n'y a pas de distinction entre les différents domaines. L'erreur est due à la culture anglo-saxonne qui fait de l'architecte une sorte d'expert dans différentes disciplines. En fait, notre discipline est l'une des dernières connaissances humanistes qui implique la connaissance de divers métiers.

La spécialisation est toujours plus élevée et on a besoin de consultants, mais la direction générale doit être dans les mains d'une seule vision et un seul esprit.

Sinon, on est confronté à des projets différents, qui ont des objectifs différents, des biographies différentes, des histoires différentes. Ça, pour moi, ça ne marche pas.

Albiera Antinori: Italy was lagging behind in its approach to wine marketing, which was still clinging to the mere offering of food.

Because of its ubiquitous and deeply-rooted tradition, our country has been a bit slower in innovating, at least in terms of communication.

There is also a practical reason that slows down the development of more contemporary buildings: our legislation and our bureaucracy act as deterrents if you want to venture into a project that is slightly 'out of the ordinary'. It takes time, stubbornness and a good bit of financial soundness.

Jumps into the future can only be made by those companies that have the budget to sustain them, while being aware of their tradition. In a positive sense, not as a dead weight, an anchor that keeps you stuck to the past, but rather as a springboard that lets you look deeply ahead.

It is such values that have led us to venture into this new journey. Inspired by other examples around the world, which had communicated their wine in a more straightforward, thorough way, while also carrying our sound heritage along, we started to focus on consumers, not just on the products.

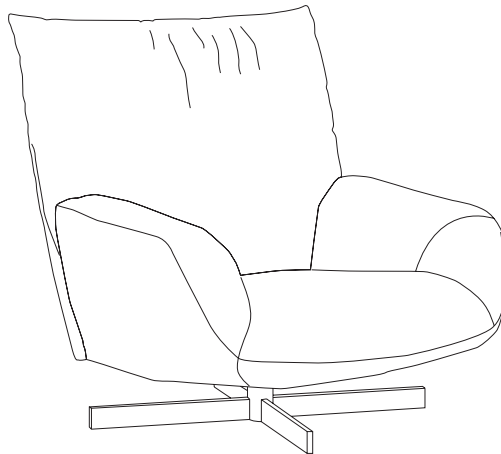
Thinking of the people we had to reach out to, we wanted to work on a context and a heritage that would speak out and be made of beauty, design, architecture and food, of the countryside, manual skills and brainpower.

So, taking that step was easy.

Marco Casamonti: Your architectures are planned down to the smallest detail. What do you think of the relationship between architecture and interiors, both in general and in this specific project?

There's no distinction between these domains. The mistake lies in the Anglo-Saxon culture that turns the architect into a sort

of an expert in many different sciences (lighting designer, interior designer, landscape designer, engineer). In fact, ours is one of the last liberal studies that pursue knowledge in many different areas. The specialisation is getting increasingly higher and consultants are needed, but the overall coordination must be in the hands of one single vision and one single mind. Otherwise, we will be shown different projects, that have different purposes, different biographies, different stories. In my opinion, this doesn't work.





Chiara

*Le fauteuil en harmonie avec la nature.
The armchair in harmony with nature.*

“

LA SIMPLICITÉ, L'ÉLÉGANCE,
LA FONCTIONNALITÉ ET
LA BEAUTÉ. JE PENSE
QUE CE SONT DES VALEURS QUE
NOUS PARTAGEONS AVEC EDRA.
J'ENTENDS PAR SIMPLICITÉ UNE
CARACTÉRISTIQUE DES PRODUITS
QUI REMPLISSENT DE MANIÈRE
PRÉCISE ET ESSENTIELLE LES
FONCTIONS POUR LESQUELLES ILS
SONT CRÉÉS.

SIMPLICITY, ELEGANCE,
FUNCTIONALITY AND
BEAUTY, I THINK THESE
ARE VALUES THAT WE SHARE
WITH EDRA. I MEAN SIMPLICITY
AS TYPICAL OF THOSE PRODUCTS
THAT ACCURATELY AND BASICALLY
SERVE THE PURPOSES THEY HAVE
BEEN MADE FOR.

”



Comment le mobilier d'Edra s'intègre-t-il dans cette architecture?

Marco Casamonti : De très nombreuses entreprises ont travaillé sur ce projet. C'est un espace conçu pour accueillir des produits de qualité, du vin de qualité, des personnes qui ont une vision qualitative de la vie. Dans un environnement inclusif, on trouve chez soi tout ce qui fait le confort grâce à une très grande attention aux détails. Le vin est la plus haute expression de l'attention portée aux détails, à chaque phase de la production : du vignoble, à la vinification, au vieillissement en barrique, à la forme de la bouteille, au choix du bouchon et de l'étiquette. Tous ces éléments font que chaque vin est unique. Edra fait partie de ces entreprises qui trouvent ici leur relation et leur conjonction maximales, grâce à l'attention envers les détails et à l'extrême attention portée à la connexion entre les différentes composantes.

Albiera Antinori: Le bâtiment présente des lignes essentielles, bien que de taille et d'espaces imposants. Certaines pièces d'Edra s'inscrivent naturellement dans ce contexte. Des meubles essentiels, sans décorations, qui montrent une grande personnalité et présence grâce à leurs dimensions importantes. De plus, ils sont fonctionnels, extrêmement confortables, répondent à l'usage qui en est fait et font partie de l'esthétique de ce lieu.

How does Edra interior design fit in this architecture?

Marco Casamonti: A lot of design studios have been involved in this project. It is a space made to accommodate quality products, quality wine, people who have a qualitative view of life. An inclusive place is home to all that makes it welcoming through extremely thorough attention to detail.

Wine is the epitome of attention to detail, at every stage of the process: from blending to processing, from ageing in the barriques to the shape of the bottle, the choice of the cork and the label. All such factors make each wine unique.

Edra is one of those companies that here finds its greatest connection and bond at the winery, through attention to detail and extreme care for the combination of all these factors.

Albiera Antinori: The building is minimal in its appearance even if its size and spaces are huge. Some pieces by Edra effortlessly fitted in with the context. Minimal, plain, characterful furnishings of generous proportions that make a statement. Moreover, they are functional, extremely comfortable, they serve the purpose they have been intended for and fit in with the aesthetics of the winery.

Tatlin
reprend les courbes géométriques de
l'escalier en colimaçon.
and the geometrical curves of the winding
staircase.

Quel est votre point de vue sur Edra. *What is your opinion of Edra.*

Albiera Antinori : Lors de la conception de la cave, nous avons pu clarifier certaines de nos valeurs fondamentales. La simplicité, l'élégance, la fonctionnalité et la beauté. Je pense que ce sont des valeurs que nous partageons avec Edra. J'entends par simplicité une caractéristique des produits qui remplissent de manière précise et essentielle les fonctions pour lesquelles ils sont créés. L'élégance comme un trait acquis au fil des siècles, avec la beauté et la fonctionnalité, car une chose ne peut être belle si elle ne répond pas aux besoins pour lesquels elle est née, surtout si l'on parle de meubles. Ces valeurs sont également l'essence même d'être toscan, que nous partageons, entendue comme artisanat, créativité et aussi qualité marchande. Je pense que le travail d'Edra est représentatif de l'artisanat local et de la qualité. Une représentativité qui est spécifiquement toscane, mais aussi italienne. L'italianité a son propre style, qu'il s'agisse de vin ou de meubles.

Marco Casamonti : Je pense qu'Edra est en train de tracer une voie claire et précise. Mon point de vue est qu'il n'y a pas de dérapage. C'est comme un magazine, qui a une ligne éditoriale claire. Ou une cave, qui dispose d'une chaîne de production et de transformation du vin précise. Il y a une certaine cohérence dans la production. Au cours des vingt dernières années, il y a peu d'entreprises qui n'ont pas dévié, qui ont suivi une vision et qui continuent à le faire sans compromis. C'est un aspect important : ne pas céder à la mode, mais poursuivre son objectif. Tôt ou tard, le marché apprécie cette cohérence. Le problème n'est pas de surfer sur la vague, mais de la construire. Et c'est ce que fait Edra, en empruntant une voie très difficile et complexe et, surtout, qui prend du temps. Mais comme le dit le marquis Piero Antinori : « Le bon vin prend du temps. Il faut attendre de cueillir le raisin, il faut attendre qu'il mûrisse dans des fûts de chêne et qu'il s'affine en bouteille. On peut le boire deux, trois ans après les vendanges ». C'est peut-être l'aspect le plus intéressant d'Edra : l'entreprise s'est donnée du temps pour faire les choses.

Albiera Antinori: In the project of the winery we have been free to explain some of our key values. Simplicity, elegance, function and beauty.

I think these are values that we share with Edra. I mean simplicity as typical of those products that accurately and basically serve the purposes they have been made for.

Elegance as a trait that has been acquired over the centuries, along with beauty and function, because nothing can be beautiful if it doesn't meet the needs it has been intended for, especially when we speak of furniture.

Such values are also the very essence of the Tuscan ethos, which we share, in the sense of craftsmanship, creativity and even marketability. I think Edra's job is representative of the local craftsmanship and quality. A representativeness that, in this case, is Tuscan but that is Italian too. The Italian ethos has its own unmistakable style, whether in wine or design.

Marco Casamonti: In my opinion, Edra is moving in a very clear and specific direction. My view is that it is not veering out of it. It's like a magazine, which has a clear publishing policy. Or a winegrower, who has a given winemaking and processing line. There's consistency in their products. In the last twenty years, very few companies have stayed on course, have gone through with their vision and unswervingly keep to it. This is an important feature: not giving in to fashions but pursuing one's own goals. Sooner or later, the market will value such consistency.

The problem is not riding the wave but building it. And that is what Edra is doing by going along a very difficult and complicated road and above all one that takes time. But as Marquis Piero Antinori says: "Making good wine takes time. You must wait to harvest the grapes, you must wait to let it age in the oak barrels and mature in the bottle. It can be drunk two, three years after the harvest".

Maybe this is Edra's most important feature: it has taken its time to make things.



*Albiera Antinori et Marco Casamonti
assis sur le fauteuil Chiara.
sitting on Chiara armchairs.*

Rose Chair

Les fauteuils rappellent la tradition viticole qui voulait que les plants de rose soient plantés au début des rangs de vigne.

The armchairs recall the vine-growing tradition whereby roses had to be planted at the head of each row.





L'HOSPITALITÉ EN HAUTE ALTITUDE

À CORTINA D'AMPEZZO, CLAUDIO ALVERÀ,
PATRON ET CHEF DU DOLOMITI LODGE
ALVERÀ, RACONTE COMMENT LA TRADITION
ALPINE RENCONTRE LA MODERNITÉ.

WORDS Laura Arighi

HOSPITALITY AT HIGH ALTITUDE

IN CORTINA D'AMPEZZO CLAUDIO ALVERÀ,
PATRON AND CHEF OF THE DOLOMITI LODGE
ALVERÀ, TELLS HOW ALPINE TRADITION
MEETS MODERNITY.

**Pack**

Le canapé avec l'ours meuble le hall du Dolomiti Lodge Alverà.
The sofa with the bear furnishes the lounge of the Dolomiti Lodge Alverà

À

Cortina d'Ampezzo, *Edra Magazine* rend visite à Claudio Alverà, chef et propriétaire, avec ses frères, du Dolomiti Lodge Alverà. La vallée dans laquelle il se trouve, à 1224 mètres d'altitude, est entourée de montagnes qui ont été inscrites au patrimoine naturel mondial de l'UNESCO. Dans sa dimension exclusive, le Dolomiti Lodge est l'une des structures qui accueillera, en février 2021, l'un des plus importants événements de sports d'hiver, les championnats du monde de ski alpin. Le Dolomiti Lodge est le nouveau protagoniste de l'hôtellerie de luxe de Cortina D'Ampezzo. Un resort unique notamment pour son restaurant, où la chaleur de la tradition alpine se combine avec l'élégance de la modernité et des services d'excellence. Parmi les matériaux naturels, les boiseries aux lignes essentielles et un design d'intérieur raffiné où le *Pack* d'Edra, le canapé avec l'ours, trouve un habitat idéal.



In Cortina d'Ampezzo, *Edra Magazine* visits Claudio Alverà, chef and owner, with his brothers, of the Dolomiti Lodge Alverà. The valley where it stands, 1224 metres above sea level, is surrounded by mountains that have been included in the UNESCO World Heritage list. In its exclusive dimension, the Dolomiti Lodge is one of the facilities that will host one of the most important winter sport races, the Ski Mountaineering World Cup, in February 2021. The Dolomiti Lodge is the new star of luxury hospitality in Cortina D'Ampezzo. A unique resort, not least because of its restaurant, where the warmth of alpine tradition combines with the elegance of modernity and first-rate service. Here, amidst natural materials, sleek wood panels and a sophisticated interior design, *Pack* by Edra, the sofa with a bear, finds its ideal home.

L'hôtellerie se renouvelle, en suivant l'évolution des goûts et du mode de vie d'une clientèle cultivée, cosmopolite et curieuse, qui recherche une expérience hors du commun. Comment avez-vous interprété le projet d'hospitalité ?

Nous avons conçu le Dolomiti Lodge comme une petite structure axée sur un service sur mesure pour le client avec une attention particulière à l'environnement et aux nouvelles technologies. Ce choix est également lié au changement du système hôtelier. Dans le passé, on a surtout construit de grands hôtels, avec des services excellents mais souvent impersonnels. Par la suite, la mentalité a changé, aujourd'hui la réalité touristique est différente. Les gens aiment être en groupe, mais d'une manière plus intime et, d'un certain point de vue, exclusive dans une dimension conçue pour chaque client, familiale, mais en même temps d'excellence. Le public est de plus en plus cosmopolite et habitué à voyager, ce qui le rend plus flexible, mais aussi plus exigeant. Une fois, une personne provenant d'une petite île au large des côtes entre la Nouvelle-Zélande et l'Australie est venue nous voir. Les nouvelles technologies offrent sans aucun doute une vitrine importante, même pour les petites structures comme la nôtre, qui sont désormais facilement traçables et sont appréciées par les touristes qui veulent vivre une expérience authentique. Dans le passé, il était difficile de communiquer ce que l'on pouvait offrir, aujourd'hui, grâce à la révolution numérique, c'est plus à portée de main.

En ce qui concerne les services, les clients recherchent des structures de qualité, qui reflètent leurs idéaux notamment en termes de confort, de durabilité et d'environnement et où ils sont suivis, mais qui leur garantissent des expériences uniques dans la découverte des traditions, du territoire et de la culture locale. Par exemple, nous préparons un service simple mais enthousiasmant, qui consiste à donner à notre hôte la possibilité d'atteindre un refuge perdu dans la nature avec un guide de montagne et de prendre un repas essentiel avec les clients, en leur racontant l'histoire et les anecdotes de ces lieux magnifiques et en leur faisant apprécier le silence des montagnes. C'est une très belle chose, une expérience qui sort de l'ordinaire. Aujourd'hui, ce qui est vraiment exclusif, c'est de connaître des coins peu fréquentés et inconnus de la plupart des gens.

The hotel industry is getting a makeover, driven by the evolving tastes and lifestyles of an educated, cosmopolitan and curious clientele that is looking for an unconventional experience. What is the personal twist you have given to your offering?

We have conceived the Dolomiti Lodge as a boutique hotel focussed on tailor-made services, with special attention to the environment and new technology.

A choice that has also been dictated by the transformation of the hotel system. In the past, people mainly built big hotels, with excellent but often unimaginative services.

The mentality has changed, the reality of tourism has changed now. Of course, people like to socialise but in a more intimate and somewhat exclusive way, in a tailor-made dimension, homely yet outstanding.

People are more well-travelled and worldly, so they have become more adaptable yet more demanding. Some time ago, we had a guest who came from a small island off the coast between New Zealand and Australia, with a population of eight hundred. Of course, the new technology gives visibility to small hotels like ours as well, so now they can be found and enjoyed by those tourists who look for a genuine experience.

In the past, it was difficult to convey what you could offer, but the digital revolution has made this easier, now.

Speaking of services, people look for top-notch hotels that reflect their ideals, especially in terms of comfort, sustainability and environmental care, and where they are taken care of but that also offer them unique experiences, taking them to discover the local traditions, the sights and the culture.

For instance, we are planning a simple but exciting service, that is, an alpine guide taking our guests up to a chalet that is completely hidden by greenery, then eating a plain meal with them, while telling them the history and the anecdotes about those lovely places and enjoying the silence of the mountains. This is a beautiful thing, an out-of-this-world experience.

Finding uncontaminated and fairly unknown spots is really exclusive today.



Margherita
représentée sur le balcon d'une des
suites de l'hôtel.
portrayed on the balcony of one of
the hotel suites



Maybe a boutique hotel is a first-class platform to build an increasingly tailor-made experience on.

People are increasingly appreciative of the chance to interact with someone who is deeply rooted in a place. The fact my family has been here for over three hundred years and is very knowledgeable about this area and the people who live here, is essential for the guests, even just to get their recommendations. This kind of tourism is not for everyone, but we have found that there is a share of customers who are resolutely looking for it, and we know how to please them.

What story and experiences does the Dolomiti Lodge Alverà convey?

We are still following some of the cues that we were given by Matteo Thun, the architect who had worked out the first project, especially in the details of the rooms, which have large windows to enjoy a perfect view of famous Tofane mountains, and more comfortable and welcoming bathrooms. As to the interior design, we worked with local craftsmen, even well known ones, who gave us a more traditional vibe.

La petite structure est peut-être une plateforme d'excellence sur laquelle on peut construire une expérience de plus en plus personnalisée.

Le client apprécie de plus en plus la possibilité de se confronter à une personne qui est enracinée dans le lieu. Le fait que ma famille soit ici depuis plus de trois cents ans, et qu'elle ait une connaissance approfondie de ce territoire et des gens qui y vivent, est fondamental pour les clients, ne serait-ce que pour être conseillés. Tout le monde n'aime pas ce genre de tourisme, mais nous avons compris qu'il y a une partie de la clientèle qui le recherche fortement et nous sommes passés maîtres dans l'art de pouvoir l'offrir.

Quelle histoire et quelle expérience raconte le Dolomiti Lodge Alverà ?

Nous avons suivi quelques conseils donnés par l'architecte Matteo Thun, qui avait formulé le projet initial, notamment dans les détails des chambres, qui disposent de grandes fenêtres pour admirer pleinement les célèbres montagnes Tofane, et de salles de bain confortables et accueillantes. Pour la décoration intérieure, nous avons travaillé avec des artisans locaux, importants même, qui ont donné une connotation plus traditionnelle.



Claudio Alverà

Chef et propriétaire du Dolomiti Lodge Alverà.

Patron and chef of the Dolomiti Lodge Alverà.

Rose Chair e Cicladi

meublent les suites de l'hôtel. furnish the rooms of the hotel.

**Cipria**

*Le canapé et les
The sofa and the
Tavolini Brasilia
meublent une des suites de l'hôtel.
furnish one of the hotel suites.*

“ Nous avons été parmi les premiers à avoir le *Pack*, du moins à Cortina. Ceux qui arrivent sont fascinés et ne se demandent pas s'ils sont dans un hôtel ou un restaurant mais ils ont plutôt l'impression d'être dans le salon d'un ami.

We have been one of the very first to have *Pack* in Cortina. Those who come here fall under its spell and don't want to know whether they are in a hotel or in a restaurant, it feels more like they are in a friend's living room. ”

Pourquoi avez-vous choisi *Pack* pour accueillir vos clients au Lodge ?

Le *Pack* est situé à l'entrée principale, pour accueillir les clients du restaurant - qui est ouvert à tous - et des suites. Lorsque nous sommes entrés dans la nouvelle structure, il y avait un problème: les Italiens n'aiment pas se rendre dans les restaurants des hôtels, ce qui est au contraire normal pour les étrangers. Cela nous empêchait d'atteindre une partie de la clientèle potentielle. Dans le premier projet que nous avons réalisé, à l'entrée, il y avait une solution classique : deux petits canapés et des tables basses, qui créaient la salle d'attente traditionnelle d'un hôtel. Mais c'est aussi l'impression qu'avait le client du restaurant. J'avais besoin de quelque chose de différent, qui ne transmette pas ce sentiment. C'était en octobre 2017, à Milan, il y avait le salon de l'hôtellerie où je suis allé chercher une solution d'ameublement que je n'ai pas trouvée. J'ai donc décidé d'aller dîner. Plus tard, j'ai demandé à un chauffeur de taxi de m'accompagner à la discothèque, mais à l'entrée, on m'a refusé parce qu'apparemment je n'étais pas correctement habillé, car dans ce club, les t-shirts prennent le dessus sur la chemise classique. Un peu déçu, je n'ai pas tout de suite réalisé que c'était une grande chance. En effet, en me promenant pour apprécier la beauté d'une ville comme Milan vide, je suis tombé, à ma grande surprise, sur un grand objet noir et poilu derrière la vitrine d'un magasin de meubles. J'ai commencé à le regarder sous tous les angles, il ressemblait à un canapé en forme d'ours couché, et j'ai eu une révélation : c'est exactement ce dont j'avais besoin ! D'autres solutions d'intérieur sont également nées du *Pack*. Quand j'ai montré le canapé à l'artiste qui devait réaliser la cheminée dans l'entrée, il a alors révolutionné le projet initial

Why did you choose the *Pack* to welcome the guests into the Lodge?

Pack is at the main entrance, to welcome the guests of the restaurant – which is open to everyone – and of the suites. When we stepped into the new place, there was a problem: Italians don't like to eat in on-site restaurants, which is normal for foreigners, instead. This left out a share of potential guests. In the first project we worked out, the entrance had been laid out in the classic 'two sofas and tables' pattern that looks like the traditional waiting room of a hotel. However, this is what it felt like to the customers of the restaurant too. I needed something different, something that did not feel like that. It was October 2017, there was the Hospitality Exhibition in Milan, where I went to look for some interior design solution that I didn't find. So, I decided to go out for dinner. Later on, I asked a taxi to drive me to a club, but I was refused entry, apparently because I was wearing the wrong clothes, as in that place T-shirts outnumbered the more classic shirts. Slightly disappointed, I didn't instantly realise that that was a great stroke of luck. Actually, while I was strolling around the streets to appreciate the beauty of an empty Milan, I serendipitously bumped into a big, black, furry thing behind the window of an interior design store. I started to look at it from every angle, it looked like a sofa shaped like a supine bear, and I had an epiphany: this is just what I need! And three more interior design solutions have come out of *Pack* as well. When I showed the sofa to the artist who was developing the idea of a chimney piece at the entrance, he revolutionised the first design and changed it into a grey chimney piece that recalls the



Pack
accueille les clients du restaurant
Dolomiti Lodge Alverà.
welcomes the guests of the
Dolomiti Lodge Alverà restaurant.



en le transformant en une cheminée grise qui prend la forme de la montagne Tofana. L'ours - dans notre cas, blanc - couché sur la banquette et dormant devant son feu. C'était vraiment une surprise de trouver cet objet, beau et fonctionnel, car on peut s'asseoir à 360 degrés. De plus, nous avons été parmi les premiers à avoir le *Pack*, du moins à Cortina. Ceux qui arrivent sont fascinés et ne se demandent pas (ou ne pensent même pas) s'ils sont dans un hôtel ou un restaurant mais ils ont plutôt l'impression d'être dans le salon d'un ami de longue date.

Quels sont les nouveaux projets ?

Nous prévoyons de faire une suite de 300 mètres carrés, tout confort. Des chambres principales spacieuses, des chambres d'hôtes, un grand salon, une cuisine ouverte sur la salle à manger et un espace bien-être. Pour votre séjour, nous avons choisi le *Grande Soflice*. Nous voulons offrir des services très particuliers: une personne qui suit le client 24/24 h, un guide de montagne qui, en fonction des capacités du client et des conditions météorologiques, guide et planifie les excursions. Le choix de la cuisine ouverte est délibéré. Nous pensons proposer une liste de chefs, notamment étoilés, qui peuvent cuisiner pour les clients à domicile, en établissant une relation directe. Nous voulons offrir un service étudié en détail et cousu sur notre hôte. Satisfaire chaque souhait avec le plus grand soin et la plus grande attention.

Votre point de vue sur Edra.

C'est unique, c'est une autre catégorie. Ses canapés m'ont impressionné, par leur qualité et leur taille. Nous nous sommes mis d'accord tout de suite. Une chose qui m'a frappé, c'est que beaucoup de nos clients ont reconnu le produit et m'ont dit qu'ils l'avaient chez eux, dans le monde entier. Cela renforce la relation. De plus, l'histoire du canapé *Pack* est pour le moins fascinante et fait réfléchir... mais nous vous suggérons de laisser Edra vous la raconter directement.

shapes of the Tofana mountain. The bear – ours was a white one – lying on the ice pack is asleep in front of his fire. Finding this beautiful, functional piece was a real surprise, because you can sit on it all the way around.

In addition, we have been one of the first places to have one, at least in Cortina.

Those who come here fall under its spell and don't want to know whether they are in a hotel or in a restaurant, it feels more like they are in a friend's living room.

What are your future plans?

We are planning to make a 300 square metre suite, with all comforts. Generous main rooms, guest rooms, a large living area ready to welcome the guests, a dining room with an open kitchen, and a spa. We chose *Grande Soflice* for the living room. We want to provide a few unique services: a person taking care of the guests 24 hours a day, an alpine guide who plans the excursions and adapts them to the guest's skills and the weather. The open kitchen is a deliberate choice. We are planning to include a list of chefs, including starred ones, who may at times cook in the guests' homes, thus building a personal relationship with them. We want to provide a service that has been planned down to the tiniest detail and that fits each guest like a glove. We want to fulfill every wish with the greatest care and attention.

Your opinion about Edra.

It is unique, it is in a class of its own. I have been impressed by its sofas, their features and size. We hit it off right away. I was impressed and amused that many of our guests recognised the product straightaway, and they told me they have it in their homes around the world. This has strengthened our bond. In addition, the story of *Pack* sofa is nothing short of intriguing, and it makes you think ... but I suggest you should let Edra tell you that story.

Blue Velvet

Fauteuils en velours et
Velvet armchairs and

Gina

chaises en polycarbonate couleur or
meublent le restaurant.

gold-colored polycarbonate chairs decorate
the restaurant.



UNE VIE DE **COLLECTIONNEUR**

ROBERTO CASAMONTI, FONDATEUR
DE TORNABUONI ARTE, ACCUEILLE LA
COLLECTION EDRA DANS LA GALERIE DE
FLORENCE.

A LIFE AS A **COLLECTOR**

ROBERTO CASAMONTI, FOUNDER OF
TORNABUONI ARTE, HOSTS EDRA
COLLECTION IN THE GALLERY IN FLORENCE.

WORDS Laura Arrighi



Flap
dans les espaces de la galerie.
in one of the rooms of the gallery.



Standard & Cicladi
au rez-de-chaussée de la galerie,
at the groundfloor of the gallery.

Lorsque *Edra Magazine* entre chez Tornabuoni Arte, il est accueilli dans le silence d'un espace neutre et candide, avec une lumière naturelle diffuse qui se reflète uniformément sur les surfaces. Nous descendons par un escalier suspendu qui relie visuellement les trois étages du bâtiment, et en cours de route nous rencontrons les œuvres d'art. L'environnement est intime, nous passons à côté d'un Mitoraj, deux Fontana, assez proches pour les toucher. C'est ce qui fait la beauté de la galerie : contrairement au musée, elle a une dimension intime, et la relation entre le visiteur et l'œuvre est plus intense.

Le propriétaire, Roberto Casamonti, nous attend assis derrière son bureau, entouré de livres, de catalogues et de peintures. Tornabuoni Arte est né en 1981 à Florence grâce à sa passion, héritée de son père collectionneur. Au fil des ans, la galerie, dont le siège est à Lungarno Cellini à Florence, a inauguré de nouveaux espaces à Milan, Forte dei Marmi, ainsi que les bureaux étrangers de Crans Montana en Suisse, à Paris et à Londres. Chaque année, les galeries organisent une collection spécifique dans le but de présenter une sélection de grands artistes internationaux du XXe siècle, comme par exemple : Basquiat, Christo, Kandinsky, Miró, Picasso et Warhol ; ainsi que les principaux artistes italiens du début et de la fin du XXe siècle, dont Balla, Boetti, Burri, De Chirico et des contributions d'artistes contemporains.

Le siège de Florence, conçu par le Studio Archea, a été construit sur les traces d'un ancien entrepôt et annexe plusieurs pièces et espaces, dans un enchaînement de salles d'exposition. L'escalier qui traverse tous les niveaux du complexe, est le cœur de l'architecture, il permet une vue continue et distribue la lumière naturelle. Cet espace, étudié en détail pour créer le juste lien entre art et architecture, entre bâtiment d'exposition et œuvre d'art, est l'environnement idéal pour insérer les produits Edra dans une installation spéciale. Les œuvres dialoguent avec certaines des meilleures ventes de l'entreprise. Peut-être, dans un éventuel échange de rôles, d'objets d'ameublement deviennent-ils eux-mêmes des objets d'art.

As *Edra Magazine* steps into Tornabuoni Arte, it is welcomed by the silence of a neutral, bright white space, where diffuse sunlight evenly glints across all surfaces. A floating staircase that visually connects the three floors of the building leads us downstairs, and we bump into art along the way. The place exudes a cosy vibe; we walk next to a Mitoraj, two Fontanas, so close we could rub shoulders with them. This is the beauty of the gallery: unlike a museum, it has an intimate dimension, and the relationship between the visitor and the work of art is deeper.

Roberto Casamonti, the owner, is sitting at his desk, surrounded by books, catalogues and paintings, waiting for us. Tornabuoni Arte was born in Florence in 1981 from the passion that he inherited from his collector father. Over the years, the gallery, which is headquartered in Lungarno Cellini, Florence, opened new branches in Milan, Forte dei Marmi, as well as foreign branches in Crans-Montana, Switzerland, Paris and London. Once a year, the galleries set up a dedicated collection to display a selection of great international artists of the twentieth century, such as: Basquiat, Christo, Kandinsky, Miró, Picasso and Warhol; next to the main Italian artists of the early and late twentieth century, including Balla, Boetti, Burri, De Chirico, and a few pieces by contemporary artists.

Designed by Studio Archea, the Florence gallery is built on the remains of an old builders merchant and occupies several rooms and areas, in a concatenation of exhibition spaces. The staircase that runs from the top to the bottom of the block is the core of the architecture, providing an uninterrupted view and diffusing the sunlight around. Devised down to the tiniest detail to create a proper relationship between art and architecture, between the exhibition building and the works of art, the place is the ideal showcase for displaying Edra products in a special installation. The art interacts with some best-sellers. Perhaps, in a potential role swap, those furnishings themselves might become objects of art.

“ La beauté est importante, elle gagne toujours et ce n'est jamais assez. Le collectionneur est un amoureux de la beauté sous toutes ses formes.

Beauty is important, it's always a winner, and you can never have enough of it. A collector is a lover of beauty, in all its shapes and sizes.

”

Beaucoup de nos clients sont des collectionneurs. Cela nous a fait réfléchir. Le collectionneur cherche-t-il un parcours cohérent entre l'art et l'ameublement à l'intérieur de sa propre maison ?

Aujourd'hui, l'art moderne et contemporain sont privilégiés par rapport à l'art ancien, surtout si on les met en relation avec l'ameublement. Souvent, les maisons des jeunes répondent à un goût et à des besoins plus proches de notre époque. Cela les conduit à choisir des œuvres modernes et contemporaines qui dialoguent bien avec des produits de même dimension temporelle.

Est-ce seulement une question de goût ou également d'une approche différente de l'exposition de l'œuvre et de sa jouissance ?

C'est sûrement une question d'esthétique, en général. Il arrive que les architectes et les décorateurs d'intérieur donnent eux-mêmes des indications précises sur les œuvres à acheter. Mais la maison est un univers tellement personnel et intime qu'il faut la coudre sur son propriétaire. Les gens qui y vivent doivent s'y sentir chez eux. Le choix du mobilier dépend probablement du profil de la personne et, s'il s'agit d'une personne qui aime l'art, elle saura apprécier et se retrouver dans vos meubles. Je préfère parler d'une quête de la beauté. La beauté est importante, elle gagne toujours et ce n'est

Many of our clients are collectors. This made us think. Do collectors maybe look for a common thread between art and interior design, even at home?

Nowadays, modern and contemporary art have an advantage over ancient art, particularly if we relate it with interior design. Young people's houses often respond to tastes and needs that are closer to our age. This leads them to choose modern and contemporary works that perfectly interact with everyday products from the same time dimension.

Is it just a matter of taste or is it also a different approach to the exhibition and enjoyment of art?

Generally speaking, it is certainly a matter of aesthetics. As it happens, architects and interior designers give specific advice about what art should be bought. But a house is such a personal and intimate universe that it must fit the owner like a glove. A house must feel like home to the people who live in it. The furniture decision probably depends somewhat on a person's profile, and if he or she is someone who loves art, then they will relate to and will love your contemporary furnishings. I would rather call it a pursuit of beauty. Beauty is important, it's always a winner, and you can never have enough of it. A collector is a lover of beauty, in all its shapes and sizes. Needless to say, beauty must go hand in hand



**Cipria**

face à l'œuvre Intersuperficie curva bianca
de Paolo Scheggi de 1966.
in front of Intersuperficie Curva Bianca work
by Paolo Scheggi, 1966.

jamais assez. Le collectionneur est un amoureux de la beauté sous toutes ses formes. Il va sans dire qu'à la beauté doit s'ajouter la fonctionnalité du mobilier, qui doit être confortable, de qualité. Dans ma maison, je me suis amusé à combiner le moderne et le contemporain. J'ai rapproché des œuvres de Marino Marini et d'Arnaldo Pomodoro à des meubles et mobiliers anciens. J'ai bien mélangé les ingrédients, avec habileté. L'art, avec ses incroyables toiles, arrive dans tous les cas après la construction de la maison et son ameublement.

Le concept d'exposition d'œuvres d'art dans un cadre domestique s'est-il en quelque sorte évolué ?

La joie d'un collectionneur n'est pas une affaire privée, il en a toujours été ainsi. Les œuvres deviennent comme des enfants, elles sont la beauté récoltée au fil des ans, et les exposer est une fierté. J'ai, par exemple, constitué ma collection privée, qui n'est pas à vendre, je lui ai donné mon nom. Elle peut être visitée sur rendez-vous au rez-de-chaussée du Palazzo Bartolini Salimbeni, le long

with function in interiors, which must be comfortable, high quality. At home, I had fun combining modern and contemporary décor. I put works by Marino Marini and Arnaldo Pomodoro next to ancient furniture and décor. I blended the ingredients really well, with a clever touch. However, with its incredible paintings, art comes after the house has been built and decorated.

Has the concept of displaying art at home changed in any way?

A collector's joy is not a private fact, it never has been. Works of art become like children, they are beauty collected over the years, and displaying them is a pride. For instance, I gathered my private not-for-sale collection, I gave it my name. It can be visited by appointment at the *piano nobile* of Palazzo Bartolini Salimbeni, on the way that connects Piazza Santa Trinita with Via Tornabuoni. I decided to choose some of the works of art that have passed through my hands, then gathered them together. I slowly chose the pieces I am fondest of and that tell



Lucio Fontana

*Une des œuvres du maître exposées dans la Galleria
Tornabuoni in Lungarno Cellini à Florence.
One of the master's works exhibited in the Galleria
Tornabuoni in Lungarno Cellini in Florence.*

de l'axe qui relie la Piazza Santa Trinita à la Via Tornabuoni. J'ai décidé de rassembler les œuvres de toute une vie, sélectionnées parmi toutes celles qui sont passées entre mes mains. J'ai progressivement choisi des pièces que j'aime et qui représentent un cheminement personnel. Je l'ai fait pour mieux faire connaître l'art moderne et contemporain, notamment par des présentations de livres, des séminaires, des bourses d'études pour jeunes artistes. Je les aime beaucoup et je voudrais qu'elles restent dans ma famille, mais je ressens le besoin de les partager avec le public. Je veux montrer les choix d'une vie pour que les autres les apprécient.

Parmi ces œuvres, quelle est votre préférée ?

Ne m'obligez pas à choisir ! Choisiriez-vous entre l'un de vos enfants ? Ce sont toutes des œuvres que j'aime beaucoup, pour une raison ou une autre. Il y a un tableau de De Chirico auquel je suis très attaché. Fontana est l'un des artistes à qui je dois le plus, je l'ai aimé quand presque personne ne voulait encore de lui. Puis Dorazio... Je ne sais vraiment pas.

about my personal journey.

I did that to make modern and contemporary art better known, even through book presentations, workshops, scholarships for young artists. I really love them and I would like to keep them in the family, but I feel the need to share them with people.

I want to show the choices of a lifetime to make others value them too.

Do you have a favourite?

Don't make me choose! Would you ever choose one of your children as your favourite? They are all works I am deeply attached to, for some reason or other. There's a painting by De Chirico I am obsessed with. Fontana is one of the artists to whom I owe most, I loved his art when barely anyone wanted it.

Then, Dorazio ... I don't know, really.





On the Rocks

Meuble les espaces de la Galleria

Tomabuoni.

Sets up the spaces of the Galleria

Tomabuoni.

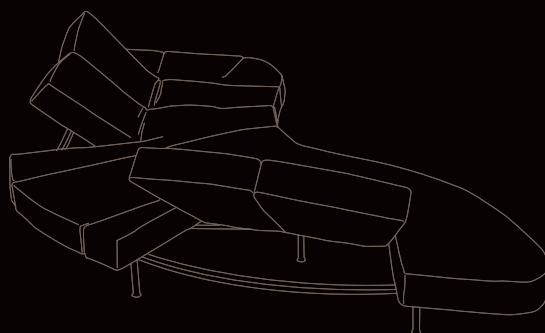


photo Giovanni Gastel



FLAP

XX ANNIVERSAIRE



FLOWERS COLLECTION

XXX ANNIVERSAIRE



“

UN BON PROJET
NAÎT NON PAS
DE L'AMBITION
DE LAISSER UNE TRACE,
MAIS DU DÉSIR D'ÉTABLIR
UN ÉCHANGE, AUSSI
PETIT QU'IL SOIT, AVEC
L'INCONNU QUI UTILISERA
L'OBJET CONÇU

A GOOD PROJECT
ARISES NOT FROM
THE AMBITION TO
LEAVE A MARK, BUT FROM
THE WILL TO ESTABLISH AN
EXCHANGE, EVEN A SMALL
ONE, WITH THE UNKNOWN
PERSON WHO WILL USE THE
DESIGNED OBJECT.

”

Achille Castiglioni

Chez Edra, les projets viennent du cœur. D'un rêve, d'un voyage, d'une émotion. Et de l'amour pour ce qui est beau. Cela a également été le cas pour **FLOWERS COLLECTION**, avec les fauteuils **GETSUEN** et **ROSE CHAIR** de Masanori Umeda, et pour le **FLAP** de Francesco Binfaré, qui fêtent respectivement leur trentième et vingtième anniversaire cette année.

Il s'agit de véritables icônes. Comment naît un objet et qu'est-ce qui le rend « culte » ? Selon Achille Castiglioni, « un bon projet naît non pas de l'ambition de laisser une trace, mais du désir d'établir un échange, aussi petit qu'il soit, avec l'inconnu qui utilisera l'objet conçu ».

Ces produits sont des signes reconnaissables et des emblèmes d'une certaine façon d'être, d'un certain style de vie, d'un nouveau quotidien.

FLAP est une expression de liberté, un hymne à la vie.

In Edra, projects come from the heart. From a dream, from a journey, from an emotion. And from the love for beauty. So it was for **FLOWERS COLLECTION**, with **GETSUEN** and **ROSE CHAIR** armchairs by Masanori Umeda, and for **FLAP** by Francesco Binfaré, which celebrate respectively the thirtieth and twentieth anniversary this year.

They are real icons. How was an object born and what makes it "iconic"?

Achille Castiglioni said that "a good project arises not from the ambition to leave a mark, but from the will to establish an exchange, even a small one, with the unknown person who will use the designed object". These products are recognizable signs and emblems of a certain way of being, of a certain lifestyle, of a new everyday life.

FLAP is an expression of freedom, a hymn to life.

« J'ai rêvé d'une immense étendue rouge », raconte Binfaré, « seule une langue de terre émergeait encore de la surface. Dans le rêve, je me sentais comme un Dieu impuissant, quand soudain la pluie s'est arrêtée et je me suis réveillé. Les premiers mots que je me suis dit ont été : La liberté, c'est ce qui reste.

La liberté restée comme une île heureuse de terre rouge.

J'ai pris une feuille cartonnée et j'ai découpé la forme que j'avais vue dans le rêve. La langue rouge, comme je l'ai appelée ».

FLAP représente un nouveau type de canapé, toujours identique à lui-même, mais capable de satisfaire la recherche de confort de chacun.

Flap

sur la terrasse du Verone. À l'arrière, la coupole du Dôme de Florence, on the Verone terrace. In the background the Cupola of Florence Cathedral.



*“I dreamt of a rolling red plain – says Binfaré -
Only a tongue of land arose from the surface.
In my dream I felt like a powerless god, when the
rain suddenly stopped and I awoke. The first
words I said to myself were: “Freedom is what is
left.*

Freedom emerging like a lucky island of red earth.

*I took a sheet of paper and I cut out the shape I had
seen in my dream. La langue rouge, I decided to
call it.”*

FLAP is a new type of sofa, always equal to itself, but able to
support the search for comfort for each one of us.





FLAP et la **FLOWERS COLLECTION** sont hors de toute tendance, hors de toute discussion sur la relation entre forme et fonction : ils sont tout simplement beaux. Ils ne sont pas devenus des icônes au fil du temps, mais ils sont nés icônes. La particularité du design de **GETSUEN** et **ROSE CHAIR**, la sensualité du creux perçue même à distance, bien avant de s'asseoir, ainsi que le velours rouge du revêtement en ont fait des objets immédiatement uniques et inédits. Ensuite, il y a la phase de production, qui combine une technologie de pointe et un haut niveau d'artisanat.

Depuis 1990, les « Fleurs » de Masanori Umeda racontent un monde qui rappelle davantage « Alice au pays des merveilles » que le nôtre. Un monde dédié à ceux qui cherchent dans la vie des fragments de rêves, de nature, de beauté.

Chez Edra, la liberté donne naissance aux « icônes ». Les projets « icônes » sont ceux qui n'appartiennent pas à des catégories ou typologies prédéfinies, mais qui sont innovants et racontent de belles histoires de vie.

« La liberté, c'est ce qui reste » - affirme Francesco Binfaré.
Une icône, peut-être.

FLAP and **FLOWERS COLLECTION** are able to elude every defining or typological trend, every debate on the relationship between form and function: they are simply beauty. What is extraordinary is that they have not become icons over time, they were born icons.

The peculiarity of forms of **GETSUEN** and **ROSE CHAIR**, the sensuality of concavities savored by the eye even before sitting down, and the red velvet often used to upholster them, immediately established them as unique and inimitable objects. Then there is the production phase, which combines advanced technology and high craftsmanship.

Since 1990, the “Flowers” by Masanori Umeda have told a story that belongs more to Alice in Wonderland than to our world. A world dedicated to whoever is trying to catch fragments of dreams, nature and beauty in life. In Edra, “icons” come from freedom. Iconic are those

projects that do not belong to predefined categories or types, but that are innovative and that tell beautiful life stories.

“Freedom is what is left”.
An icon, perhaps.



Flowers Collection
éclot au sein du Tepidario del
Roster à Florence.
blossoms inside the Tepidario
del Roster in Florence.



SPAZIO EDRA
LIEU DE VALEURS
A PLACE OF VALUES

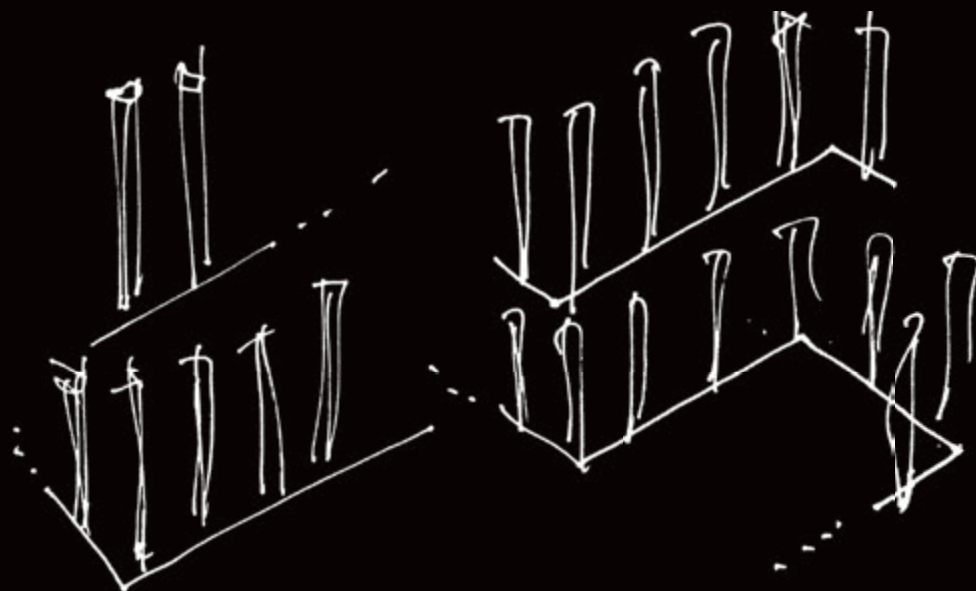
WORDS Stefano Pasqualetti

L'architecture est une discipline ancienne qui est née avec l'idée même de l'homme. Aujourd'hui, comme il y a des milliers et des milliers d'années, le besoin essentiel est de créer un espace à partir du vide où nous pouvons vivre et laisser vivre nos idées et nos actions. C'est un acte créatif, mais il ne faut pas le confondre avec un geste gratuit. L'architecte dispose de nombreuses références allant des traditions du passé aux technologies les plus avancées, mais dans son parcours de conception, il doit utiliser des outils de navigation précis et efficaces. De méthodes, plus que de solutions. Il doit rechercher des valeurs à communiquer, telles que la socialité, le partage et les relations, plutôt que des matériaux à utiliser. Il doit avoir pour but suprême la création d'un lieu reconnaissable qui place l'homme au centre de l'expérience, avec ses sens et sa capacité à lire et à percevoir un récit autour de lui. De plus, un projet se construit « avec », ce n'est jamais un voyage en solo, encore moins une action synchronisée. Il a besoin de temps pour se poser et mûrir.

Les valeurs à exprimer s'inscrivent dans l'ADN de la réalité que l'on veut raconter. Les enfants pour une famille, les fruits pour la nature, dans le cas d'une entreprise les objets qu'elle a fait naître. Avec Edra, nous avons entrepris un voyage qui nous a amenés à découvrir ses valeurs en observant, en regardant, en touchant et en dialoguant avec les produits de la collection. Un chemin qui a croisé des termes tels que l'élégance, la sobriété, l'efficacité, la technologie, les compétences manuelles. C'est

Architecture is an ancient discipline that was born at the same time as the very idea of man. Nowadays, like thousands and thousands of years ago, the basic need is creating from scratch a space to let our ideas and gestures live in. This is a creative gesture but it should not be confused with a gratuitous gesture. Architects have many sources of inspirations they can pick from, from the traditions of the past to the latest technology, but as they travel through their projects they need to use accurate, efficient navigational instruments. Methods, more than solutions. They need to find values to convey, such as sociality, sharing and relations, more than materials to use. Their loftiest purpose must be creating a relatable place that puts man at the centre of the experience, with his senses and his ability to read and feel the story that surrounds him. In addition, a project is built 'with someone or something', it is never a solo travel, even less a synchronic act. It needs time to settle down and come of age.

The values that need to be conveyed are written in the genes of the world that one wants to tell about. They may be one's children for a family, fruit for nature, and for a company the items they have brought into this world. With Edra, we have started a journey that led us to discover its values, by observing, looking, touching and talking with the products in the collection. A process that travelled through such words as elegance, earnestness, efficiency, technology, workmanship. This is what set off that careful process that translated such words into a



Prismi

*Ébauches de concepts qui montrent la flexibilité de la composition.
Sketches of concepts that show the flexibility of the composition.*

ainsi qu'a commencé un processus minutieux de traduction de ces mots dans l'espace construit par les matériaux, les lumières, les surfaces et les lignes.

Nous avons choisi de traduire l'élégance par l'utilisation du miroir, qui réfléchit et fait réfléchir les produits, en dématérialisant l'espace. Cette technologie a conduit au brevetage de prismes réfléchissants à base triangulaire, qui tournent avec une légère pression de la main. L'efficacité est rendue par une organisation souple de l'espace, obtenue grâce à la succession de plusieurs prismes qui, avec leurs bases

space built out of materials, lights, surfaces and lines. We chose to translate elegance into the use of mirrors, which reflect products and make products reflective, thus dematerialising space. Technology led to patenting the mirrored prisms with a triangular base, which rotate with a slight pressure of the hands. Efficiency was expressed by a flexible organisation of the space through a sequence of multiple prisms, their self-contained cast-iron bases creating partitions through which the eyes can see, thus originating a multitude of geometries and sceneries. All held together by the idea of zenith light that

On the Rocks

*se reflète sur la succession de prismes, dématérialisant sa propre image.
reflects on the sequence of prisms dematerializing its image.*





Standard, Rose Chair e Cicladi

Photographés à l'intérieur du Spazio Edra.
Portrayed in Spazio Edra.

indépendantes en fonte, créent des divisions à travers lesquelles l'œil peut voir, générant des géométries et des scénographies infinies. Le tout soutenu par l'idée de la lumière zénithale qui concentre l'attention sur les véritables protagonistes de ce projet : les vertus des produits. Les surfaces neutres et les tons sombres sont des éléments absolus et intemporels.

Spazio Edra, présent dans de nombreuses villes italiennes et internationales, est l'endroit idéal pour montrer toutes les caractéristiques de la collection.

Si le lieu géométrique est l'ensemble de tous les points du plan et de l'espace qui jouissent d'une certaine propriété, nous pouvons définir le lieu architectural comme l'ensemble des points de l'espace qui partagent les mêmes valeurs.

focus all the attention on the real stars of the project: the virtues of the products. The neutral surfaces and the dark shades are absolute, timeless features.

Spazio Edra, that has been opened in several Italian and International cities, is the ideal place to display all the features of the collection.

If a geometrical space is the whole of all the points on the plane and in the space that have a specific property, an architectural place can be defined as that whole of the points in the space that share the same values.

SPM |

Stefano Pasqualetti

Architecte et photographe d'architecture. Il travaille pour David Chipperfield Architects à Milan et pour Peter Marino Architect à New York avant d'ouvrir son propre studio d'architecture aux États-Unis. Il publie des livres de photographie avec les principales maisons d'édition italiennes et ses images sont présentes dans les plus grands journaux. Architect and an architectural photographer. He worked for David Chipperfield Architects in Milan and for Peter Marino Architect in New York, then he opened his own architecture firm in the United States. His photography books have been published by Italy's main publishers, and his photos are in the most important newspapers.

THOUGHTS

On the Road... Mes quarante premières années.

« Sur la route », pour un voyage qui dure depuis 40 ans, à l'image de Dean et Sal, que Jack Kerouac emmène à la recherche du bonheur. Je compare souvent mon « voyage professionnel » à un parcours exploratoire, à un pari qui chaque jour me fait savourer le goût de nouvelles expériences.

Être attentifs et méticuleux sont des qualités qui viennent tout naturellement à ceux qui travaillent chez Edra. Travailler avec style et engagement est très simple, il suffit de s'adapter à la « mise en place » de l'entreprise. Ceux qui me connaissent et savent ce que je fais pourraient penser que s'occuper des chiffres est ennuyeux. A tort. Devoir démêler les « pertes et profits » n'est pas seulement un voyage entre les « coûts et revenus », c'est également une façon de suivre la caravane des choix de l'entreprise, certains pleinement réussis, d'autres moins, mais tous faits avec courage. Parce que j'ai grandi dans une entreprise courageuse, qui m'a permis d'avoir des visions à contre-courant, de développer une pensée créative, en dehors des sentiers battus. Pour cela, je suis entièrement reconnaissante à Edra.

Un grand merci aux collègues, à la famille Mazzei et à toutes les personnes rencontrées au cours de ce voyage *On the Road*.

Vania Perini

Vania Perini est la première personne à avoir rejoint Edra et occupe depuis longtemps le poste de Responsable des Affaires générales et Direction administrative.

J'ai collaboré avec trois générations de la famille Mazzei.

Je pense pouvoir dire que je les ai bien connues, et que leur dénominateur commun est la détermination à atteindre l'objectif.

J'ai toujours essayé de transmettre cette détermination à mes collègues, aux ouvriers et aux fournisseurs.

Au fil des ans, nous avons grandi ensemble, dans tous les sens du terme. Quand j'y pense, je suis satisfait de ce que nous avons réussi à faire.

Certains projets semblaient impossibles, mais nous avons réussi à les concrétiser.

Surmonter ces défis nous a permis d'avoir une attitude proactive envers l'avenir. Attendons ensemble le prochain objectif ...

Nicola Bacci

Nicola Bacci rejoint très jeune l'entreprise familiale Brunero Mazzei et occupe depuis longtemps le poste de Responsable des achats et de la production au sein d'Edra.

On the Road... my first forty years.

'On the Road' for a 40-year trip, just like Dean and Sal that Jack Kerouac makes wandering in pursuit of happiness. I often compare my "professional journey" to an explorative process, to a bet that makes me taste the flavour of new experiences, every single day.

For those who work at Edra, being careful and meticulous is second nature. Working in style and with dedication is very easy, you only have to adapt to the company's 'mise en place'.

Those who know me and know my job might think that dealing with numbers is boring. They would be mistaken. My managing 'profits and losses' is not just a journey through 'costs and revenues', it is also a way to join the caravan of the company's choices, some perfectly successful, others a bit less, but all bravely made.

Because I have grown in a brave company that let me have nonconformist views, develop creative thinking, break the mould. For this, I am totally grateful to Edra.

A heartfelt thank-you to my colleagues, to the Mazzei family, and to all the people I met on this journey *On the Road*.

Vania Perini

Vania Perini is the first person employed in Edra and she is now the Executive General Affairs and Administrative Manager

I worked with three generations of the Mazzei family.

I think I can say that I have known them well, and I believe that their common denominator is the determination to achieve the goal.

I have always tried to convey that determination to colleagues, workers and suppliers.

Over the years, we have grown together, in every way. When I stop thinking, I feel satisfied with what we have managed to do. Some projects seemed to be impossible, but we managed to make them happen.

Overcoming these challenges has allowed us to have a proactive attitude towards the future.

Let's wait together for the next goal ...

Nicola Bacci

Nicola Bacci enters the Brunero Mazzei family company at a very young age and he now is Purchasing and Production Manager

OUR (LOCAL) POINT OF VIEW

Edra est convaincue que toute forme d'art est un don à partager, et ressent le besoin de créer des occasions de dialogue avec le territoire où elle est née et où elle continue son activité. Dans un certain sens, ces événements représentent une « restitution » de la valeur, la qualité et la beauté à la communauté.

Edra strongly believes that any form of art is a gift to be shared, and feels the need to build opportunities for dialogue with the territory where it was born and where it continues to carry on its business. In some way, these events represent a 'return' of value, quality and beauty to the community.



Villa di Camugliano

À Camugliano, dans la commune de Ponsacco, province de Pise, la Villa des Marquis Niccolini fut le théâtre des Concerti d'Estate. Edra a promu les événements et assuré la mise en scène avec sa propre collection.

Dans la photo, Getsuen dans les jardins de Villa Niccolini, autrefois Villa Medicea di Camugliano.

In Camugliano, in the municipality of Ponsacco, Pisa, the Villa of the Marquis Niccolini hosted the Summer Concerts. Edra promoted the events and directed the installation with its own collection. In the photo, Getsuen armchair in the gardens of Villa Niccolini, formerly a Medici villa in Camugliano.



Castello dei Vicari

À Lari, province de Pise, où se trouve le siège d'Edra, le Tatin vient meubler le Castello dei Vicari, ancien témoignage de la culture et de l'histoire de ce territoire. Dans la photo, Tatin dans la cour du château.

In Lari, Pisa, where Edra is based, Tatin furnishes the Castello di Vicari, an ancient testimony of the culture and the history of the territory. In the photo, Tatin sofa in the courtyard of the castle.



Villa Elisa

Théâtre communal de Ponsacco. Edra a conçu et soutenu l'évènement culturel Concerti d'Inverno. Dans la photo, la PJO, Orchestra Jazz.

Municipal Theater in Ponsacco. Edra was the creator and supporter of the cultural event Concerti d'Inverno. In the photo the PJO, Jazz Orchestra.

EDRA MAGAZINE

Publisher

Edra SpA
Via Livornese Est, 106
56035 - Perignano
Pisa - Italia

Executive Director

Edra SpA

Concept and Coordination

Edra SpA

Editor

Laura Arrighi

Design and Layout

Stefano Pasqualetti

Stampa Printing

Tipografia Asolana srl
Via Castellana 12/B, 31011 Asolo TV

Printed: September 2020

Copyright © 2020 Edra SpA.

All rights reserved.

Any reproduction, representation
or modification, in fully or partly,
is expressly prohibited.

Printed with H-UV technology without varnish

www.edra.com

@edra.official

PHOTO AND IMAGES CREDITS

Standard, Stefano Pasqualetti pp. 18-19

Sketches, Umberto Manetti pp. 26, 27, 30, 47, 54, 63, 73, 78
Pack, Stefano Pasqualetti pp. 28-29

Standard, Daniela Berruti p. 38
Coussin Intelligent, Sketches,
Francesco Binfaré, p. 38
Flap, Emilio Tremolada p. 39

Gestusen, Frame, Stefano Pasqualetti p. 40
Tatlin, Frame, Emilio Tremolada, p. 40
Gellyfoam, Pietro Savorelli, p. 40

Grande Soffice, Pietro Savorelli, p. 41

On the Rocks, Sketches, Francesco Binfaré, p. 43

On the Rocks, Dario Fusario, p. 45

Tatlin, Nikolai Punin, p. 48

Boa Working in progress,
Emilio Tremolada, p. 49

Valentine Olivetti, courtesy of Associazione Archivio Storico
Olivetti, p. 52

Grande Soffice, Pietro Savorelli, p. 65

Standard, Matteo Piazza, pp. 66-67

On the Rocks, Emilio Tremolada, p. 70
Pack, Matteo Piazza, p. 71

Ella, Stefano Pasqualetti, p. 103

On the Rocks, Sketches, Francesco Binfaré, p. 102

Margherita, Pietro Savorelli, p. 127

Claudio Alvera', p. 128

Flap, Pietro Savorelli, pp. 150-151

Flowers Collection, Alessandro Moggi, pp. 152-153

Tatlin, Stefano Pasqualetti, p. 159
Villa di Camugliano, Stefano Pasqualetti, p. 159
PJO, Alessio Trafeli, p. 159