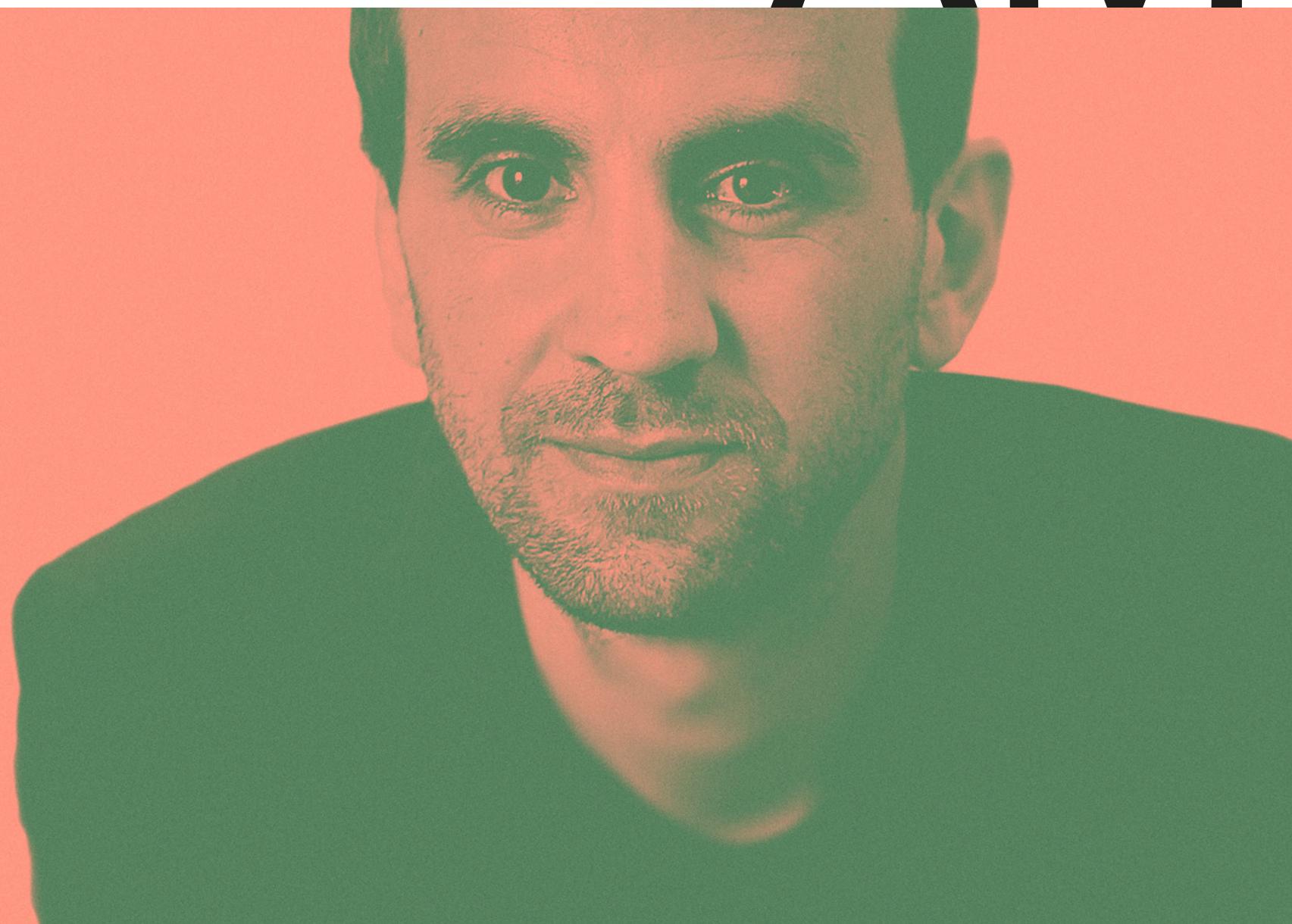


ISSUE
2

DICEMBRE
2020

culture and focus periodical

AM



Tutti noi ci troviamo, ormai da mesi, a misurarsi con l'emergenza generata dal Coronavirus. Una situazione eccezionale, in costante evoluzione, che ha cambiato il nostro modo di rapportarci alla realtà. La pandemia ha determinato conseguenze pesanti non solo sul sistema sanitario, ma anche su quello economico. Le imprese sono state messe a dura prova, dimostrando energie e grande capacità di adattamento. Molte si sono riorganizzate con determinazione, concretezza e spirito di servizio. La rapida diffusione del virus ha messo in discussione l'intero sistema produttivo. Quanto costruito in passato, l'attualità del presente e le strategie per il futuro: tutto da ripensare, riequilibrare, riorientare. L'esperienza della pandemia, pur nella sua drammaticità, racchiude tuttavia un enorme potenziale per cambiamenti positivi. Crisi e opportunità, del resto, hanno da sempre alimentato la fiamma di ogni ripartenza. Perché è proprio nei momenti di difficoltà che emerge la capacità dell'imprenditore e dei suoi collaboratori di progettare nuovi scenari e fissare obiettivi più ambiziosi per la propria azienda. La situazione regionale, dal punto di vista economico, riflette quella del Paese che è molto critica. Pur avendo il nostro territorio filiere eccellenti, non c'è un settore che non sia stato colpito dalla pandemia. Per affrontare e superare questo periodo, dobbiamo immaginare strade diverse da quelle già tracciate e farlo il più velocemente possibile. Questa è la sfida da cogliere, puntando innanzitutto sull'innovazione, chiave indispensabile per rimettere in movimento la macchina della crescita. Ricerca e innovazione sono elementi fondamentali per il sistema manifatturiero e industriale, che è il cuore di ogni economia avanzata. Abbiamo una grande responsabilità, che ci impone di creare condizioni di competitività sul territorio. Oltre ai fondi dello Stato e dell'Europa, è bene farsi trovare pronti con un progetto capace di progettare il Paese e le nostre imprese nei prossimi vent'anni. È giusto che ci siano interventi emergenziali, ma proprio in questa fase è fondamentale puntare l'attenzione su crescita e sviluppo con una prospettiva di medio e lungo termine. Negli ultimi cinque anni, e prima del Covid, l'industria in Umbria è cresciuta per occupazione e valore aggiunto. Occorre continuare a incrementare gli investimenti su questo terreno, particolarmente fertile in termini di ritorno alla collettività. La pandemia è un evento straordinario, ma non una guerra. È necessario, quindi, contestualizzare l'esperienza che stiamo vivendo con il dovuto realismo. Mentre fronteggiamo l'emergenza, dobbiamo anche adottare scelte e decisioni incisive, lungimiranti. Dobbiamo guardare avanti, senza piangerci addosso, intercettando ogni possibilità che questa situazione saprà offrire. Cogliere dalla crisi le opportunità è pane quotidiano per chi fa il mestiere dell'imprenditore e del capo azienda. Compito dell'imprenditore è trovare le giuste soluzioni per il futuro delle nostre aziende e il benessere delle nostre comunità. Dare l'esempio, questa è la nostra più autentica missione. Un ruolo che non possiamo delegare. Occorrono velocità, consapevolezza e segnali positivi, con un rinnovato impegno di tutti nella costruzione del futuro che ci aspetta.

Antonio Alunni

Presidente Confindustria Umbria





CIAM
DESIGN TALKS

6

CAFFÈ DORIA

18

ALBERTO
BANDINELLI

24

RÒ WORLD

26

CIAM



Nuovi strumenti per fare cultura

6

DESIGN

TALKS

Art direction: Gusto IDS / Year: 2020

Uno spazio digitale in cui alimentare la cultura dell'innovazione attraverso confronti stimolanti, necessari ora più che mai per creare nuove possibilità future.

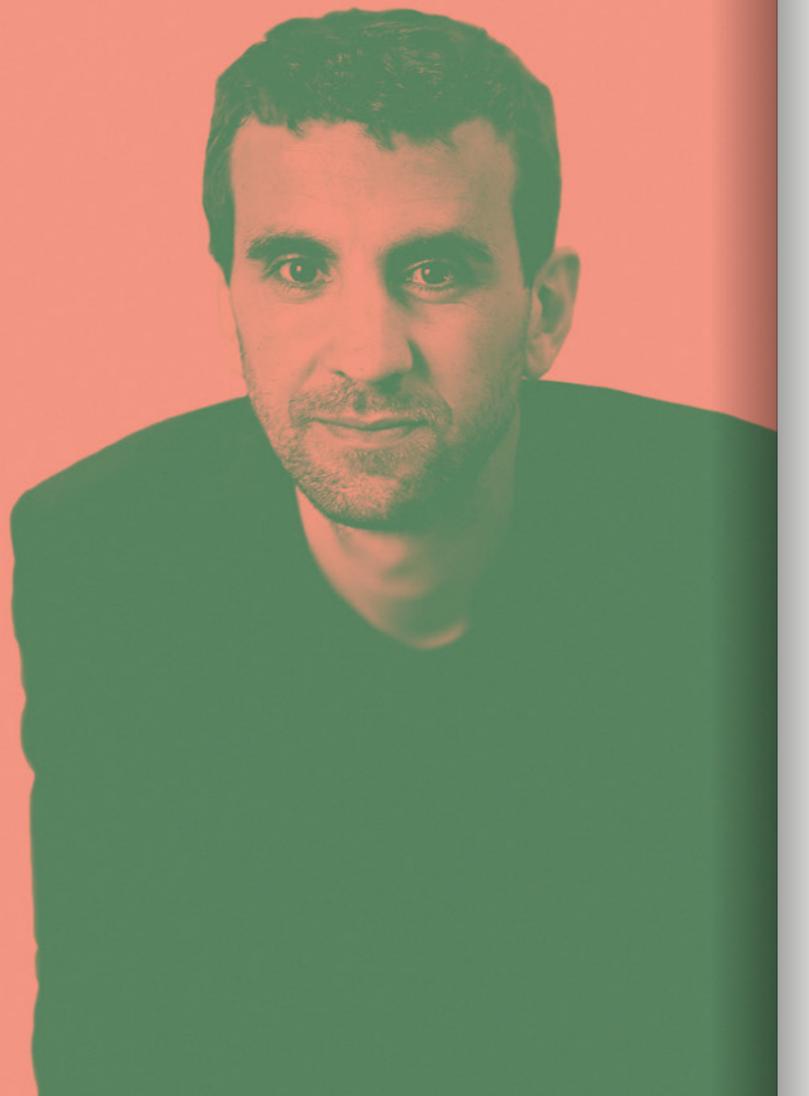


L'innovazione nasce dal contatto fra diverse realtà, idee e persone: in un momento storico in cui le relazioni sociali e le capacità progettuali sono state messe a dura prova, Ciam ha pensato nuovi strumenti per continuare a fare e produrre cultura, riaccendere le connessioni umane e superare le barriere fisiche attuali. Insieme ad I AM, che per chi sta leggendo in questo momento rappresenta concretamente la volontà di Ciam di rimanere connessi, l'azienda ha lanciato i Design Talks.

7

Una serie di incontri virtuali con protagonisti ospiti d'eccezione provenienti dagli ambiti in cui Ciam si muove e a cui s'ispira. I professionisti attivi all'interno dell'azienda si confrontano con icone della scena produttiva e culturale in diretta streaming. Gli incontri svolti finora hanno visto dialogare rispettivamente il Direttore Artistico Ciam Fabrizio Milesi con l'Architetto Joseph Grima, e il Responsabile Commerciale Ciam Alberto Bandinelli con il Maestro Pasticcere Andrea Besuschio.





Nel primo incontro dei Design Talks dal titolo "Il design ai tempi della sostenibilità", il direttore creativo di Ciam, Fabrizio Milesi, ospita Joseph Grima: vero rivoluzionario del mondo del design, la sua carriera include la direzione di Domus, l'attuale ruolo di Direttore Creativo alla Design Academy di Eindhoven, la direzione creativa di Matera 2019, e da pochi mesi l'esperienza da Direttore del Museo Permanente di Design alla Triennale. Joseph Grima è anche un instancabile creatore di progetti di ampio respiro, che mettono in rete individui e aziende con a cuore l'innovazione e la sostenibilità, come la piattaforma di UniversoAssisi, che lo lega all'Umbria, e lo straordinario contenitore di Alcova. Nell'incontro digitale, Milesi e Grima approfondiscono le responsabilità e la visione del design attuale: è il concetto stesso di design a dover mutare, come è mutato il panorama sociale e ambientale in cui è immerso.

Il centro del lavoro di Grima è dare consapevolezza a chi pensa erroneamente di non avere niente a che fare con il design e con la sostenibilità, invece parti della quotidianità di ognuno.



Per questo c'è bisogno di insegnamenti non tradizionali, che svincolino il design da un'idea di produzione di singoli oggetti esteticamente piacevoli, e che lo inseriscano in un sistema di valori più complesso, in cui per chi progetta è fondamentale avere a mente il prima e il dopo, calati nelle loro dimensioni sociali, ambientali ed etiche. Sulla stessa direzione, Ciam porta avanti una continua ricerca per aprire strade e alternative produttive capaci di rivoluzionare il proprio settore, ancora prima che questa diventi una richiesta dell'utente finale. L'esperienza di Ciam ad Alcova 2019 è la dimostrazione di come sia possibile mettere in armonia la tecnologia con l'ambiente: Keeping Life ha fatto luce su una conservazione sostenibile dei cibi insieme all'opera di Francesca Sarti e alla sua ricerca sulle forme di tecnologia naturali. Sono proprio piattaforme come Alcova, pensata da Grima insieme a Valentina Ciuffi di Studio Vedèt, a dare spazio ad aziende e brand che promuovono questo tipo di cultura: un'idea rivoluzionaria di design che tocca una nuova generazione capace di capire e di poter evolvere, aprendo la strada a un futuro totalmente sostenibile. -Un pubblico curioso verso queste caratteristiche del design e della sua dimensione in divenire crea una rete di connessioni fra persone che insieme portano avanti il cambiamento- aggiunge Grima. Un fil rouge che lega ogni evento organizzato dal designer e abbracciato dalla direzione innovativa che Milesi ha voluto per Ciam.



Grima sottolinea il fondamentale bisogno di aziende come Ciam, con un'apertura tale da poter collaborare come un collettivo a una visione avanzata su nuove forme di innovazione.



Pensare come poter vivere in armonia senza sfruttare l'ambiente che ci circonda non è un sogno naïf di un'onda filosofica new age, ma una responsabilità condivisa che va adottata senza ulteriori esitazioni. -La sostenibilità è qualcosa che si ottiene a livello sistematico, non basta un singolo gesto, quindi coinvolge attori a ogni livello-, dice Grima durante il Talk, disponibile in versione integrale sul canale YouTube di Ciam. La ricerca di materiali sostenibili, per esempio quelli che vengono dal mare, e che oltre alle loro caratteristiche ecologiche offrono nuovi panorami estetici, come al loro tempo lo furono i materiali plastici, è stata un'esperienza approfondita da Ciam nel panorama di UniversoAssisi insieme a Jan Boelen e Joseph Grima. Nel Design Talk, Grima si sofferma sulla necessità che le aziende, e non solo i singoli designer indipendenti, portino avanti una dimensione di sostenibilità come Ciam: -L'intervento all'interno del Ciam Museum serve a dimostrare che ci sono aziende rivoluzionarie che invece di essere spaventate da un'idea apparentemente impossibile, come un nuovo materiale composto da alghe, ne rimangono incuriosite e appassionate: questo è ciò che rende quelle idee possibili.-



Se nel primo incontro digitale si parla di alcune facce dell'anima poliedrica dell'innovazione, nel secondo si toccano quelle che legano prodotto, strumenti, professionisti e clienti finali. Il Design Talk "Panettone, una tradizione fra naturalità e innovazione" vede Alberto Bandinelli, Responsabile Commerciale, intervistare il maestro della pasticceria italiana Andrea Besuschio. Con uno spazio aperto dal 1845 che rappresenta un faro per la tradizione dolciaria internazionale e 6 generazioni di appassionata gestione familiare, Andrea Besuschio racconta il suo tempo attraverso la sua arte, in una dimensione eterea sospesa fra la capacità di innovare e il rispetto della storia. Il panettone, uno dei dolci icone di italiani nel mondo, diventa simbolo di questo dualismo. -La naturalità è un aspetto fondamentale per le mie creazioni,- dice Andrea Besuschio, -sia per le materie prime che per la loro approfondita conoscenza. Questo significa avere un quadro chiaro di rispetto del proprio cliente finale nel fornire un prodotto buono da ogni punto di vista, soprattutto per la sua conservazione.-



La tecnologia delle vetrine MIRROR permette di non perdere gradi con l'apertura, garantendo la perfetta conservazione e senza mai penalizzare la presentazione.



La storia professionale di Andrea Besuschio all'interno dell'azienda di famiglia inizia proprio con una ricerca attenta su strumenti tecnologicamente avanzati che garantissero di migliorare la produzione dell'epoca. Decenni dopo, il pasticciere racconta come abbia trovato un partner capace di soddisfare le sue necessità. -Incontrare Ciam è significato trovare finalmente qualcuno che ascoltasse le mie esigenze,- continua Besuschio, -è raro trovare aziende capaci di ascoltare un piccolo artigiano. Insieme abbiamo creato un banco che funzioni perfettamente con il mio spazio, e ho scelto delle vetrine spettacolari. Io ho dovuto dare solo le mie indicazioni. Vari colleghi di tutto il mondo si sono incontrati nella Pasticceria Besuschio e hanno potuto osservare le caratteristiche di questi prodotti unici: se normalmente nelle vetrine negative si forma una microcristallizzazione sul vetro dovuta alle varie aperture che danneggia la visione del prodotto, con le MIRROR di Ciam non succede.- Proprio in questa capacità di coniugare il design nella sua doppia identità funzionale ed estetica risiede l'unicità della produzione Ciam. -La MUROZERO SLIDE che abbiamo nella Pasticceria Besuschio potenzia l'esposizione con un grande impatto scenografico e un'apertura tecnologica che valorizza l'interazione per il cliente finale, pur mantenendo la funzione di conservazione come elemento principale.-

Se da un lato per lui che si definisce "un uomo di tradizione con conoscenza del prodotto" alcune cose sono cambiate, la maggior parte rimangono legate a ricette antiche e a quei modi di fare che distinguono il suo prodotto dagli altri. -Non mi ritrovo in alcuni lievitati che assaggio nei concorsi in cui mi capita di stare in giuria. Tutti cercano di aumentare la quantità di burro, ma così si rischia di perdere l'equilibrio. Prima di gustare un lievitato tutti dovrebbero avere a mente la temperatura ideale del cuore: quella di 25° garantisce un buon bilanciamento fra gli ingredienti.- Fra le cose evolute rispetto al passato, Andrea Besuschio nomina un aspetto più salutistico del panettone, ora preparato da loro con lieviti madre rinfrescati quotidianamente da 3 lievitisti, tra cui Giacomo Besuschio: ognuno segue procedimenti differenti, creando prodotti profumati e dalla alta digeribilità. Precursori nell'utilizzo del pirottino al posto di carta paglia e spago, con i primi test in cartotecnica sviluppati insieme a "Cavalier Motta" e Alemagna proprio in uno dei forni della pasticceria, i Besuschio hanno contribuito all'immagine e al gusto del panettone nel mondo. Alla domanda sul perché il panettone in Italia si consumi solo nel periodo natalizio, Andrea Besuschio risponde -semplicemente perché abbiamo troppe cose buone, e quindi viviamo di stagionalità. Per questo abbiamo creato prodotti innovativi con nome e ingredienti che ci permettono di vendere i lievitati tutto l'anno-. Innovare significa ascoltarsi e trasformare le richieste in prodotti: come Andrea Besuschio lo fa con la sua arte pasticcera, Ciam lo fa con i suoi bachi refrigerati, e il loro incontro è la combinazione perfetta.



Grazie anche alle numerose domande degli utenti che seguono la diretta, Besuschio approfondisce la storia del panettone e come anche questo sia evoluto nel tempo.



CAFFÈ

Designer: CIAM Lab / Year: 2020



Con il suo ingresso principale situato in via della Gatta a Roma, il Caffè Doria è uno storico punto di riferimento per i visitatori della galleria d'arte Doria Pamphilj, che con un accesso esclusivo possono passare dall'ammirare preziosi dipinti di Tiziano, Caravaggio, Guercino e Velazquez, a una speciale esperienza capace di soddisfare ogni senso del bello. Il progetto nasce con l'idea di offrire ai propri ospiti la possibilità di lasciarsi catturare da un'atmosfera magica e raffinata, in sale in cui il concetto di tempo si perde e rimangono solo i piaceri della vita, da godersi in ogni momento della giornata. Con proposte eleganti che spaziano dalla caffetteria al bistrot, dall'alta pasticceria moderna alla gelateria gastronomica, per poi trasformarsi in un eccellente cocktail bar serale, il Caffè Doria è il tempio degli artigiani del gusto e di chi vuole assaggiarne l'essenza.



Roma Italy



La progettazione e l'arredo sono il frutto di una perfetta sinergia e simbiosi fra il Centro Stile di Ciam e il proprietario del locale: un lavoro che ha avuto in tutti i suoi processi l'obiettivo di rispettare la natura antica e ridare valore alle caratteristiche uniche di luoghi dal grande portato storico. Le straordinarie altezze dei locali e le imponenti colonne che si trovano negli ambienti sono state una sfida e un'ispirazione creativa, portando il progetto a svilupparsi in ogni suo elemento lungo una dimensione di verticalità elegante e monumentale. Questa sensazione di volo libero verso l'alto si propaga nello spazio grazie ai rivestimenti listellari in legno che impreziosiscono tutti gli arredi tecnologici CIAM.



Il Caffè Doria sorge all'interno di Palazzo Doria Pamphilj, nei locali un tempo occupati dalle scuderie nobili. Dopo un incredibile restauro, elementi monumentali e moderni danno vita a uno spazio unico.

Nella zona bar si trovano una vetrina FLAT P800 TS con teca saldata e il retrobanco COMPACT con ante vernicate e specchiere retroilluminate in stile classico, mentre la zona pasticceria ospita al suo interno le vetrine 6040 P800 TS con teca saldata e vasca rivestita in gres noir desire opaco, finitura che crea un elegante contrasto con i piani lucidi alle sue estremità. Anche l'illuminazione, elemento fondamentale per un progetto ambizioso che vive e si fa vivere sia di giorno che di sera, è affidata alle eleganti plafoniere led in ottone inserite nelle vetrine refrigerate, così come all'interno degli armadi MUROZERO BT/TN, che creano preziosi angoli espositivi. Il perfetto studio delle luci intreccia questi elementi ai minimi binari sospesi con faretti a led, accendendo spot di luce d'atmosfera in uno scenario suggestivo che diventa magico al calare del sole. I due MUROZERO BT/TN, accuratamente rivestiti da una carenatura in legno con specchiere laterali, fanno da cornice a uno degli elementi centrali del progetto di restauro: la splendida fontana in travertino risalente al XVII secolo, monumento al ricordo delle dolci atmosfere della città eterna.



I piccoli listelli sono realizzati in noce canaletto con piani in gres porcellanato noir desire lucidato con basso fondo in ottone satinato.



Alberto Bandinelli



Qual è l'attuale rapporto di Ciam con il mercato estero?

Sono state molteplici le ragioni che hanno spinto la nostra azienda a espandersi nei paesi esteri: se volessi collocare un punto di svolta in cui Ciam ha deciso di mettersi in discussione e ritagliarsi uno spazio nel mondo è stato nel 2010, quando Giuseppe e Federico Malizia hanno avuto il coraggio di investire nell'attuale sede. Un progetto nato da molto lontano e tutt'ora in continuo cambiamento grazie alla lungimiranza della proprietà, ma anche alla flessibilità con cui tutti gli operatori si amalgamano con i nuovi sistemi di produzione. L'evoluzione dei mercati, soprattutto all'estero, ci ha cambiato molto. Oggi il mercato estero di Ciam è importante quanto quello Italiano: siamo presenti in più di 50 paesi con una continua e accurata ricerca e selezione dei nostri buyer, ma anche attraverso la partecipazione a importanti fiere internazionali, palcoscenici fondamentali per condividere la nostra tecnologia. La richiesta di alcuni mercati ci ha inoltre portato a scelte importanti per il nostro continuo percorso di crescita, come l'apertura di un ufficio a Dubai (Ciam Middle East), e quella imminente di uno showroom a Mosca (Ciamrus) operativo a partire dai primi mesi del 2021. Questo perché crediamo fortemente che alcuni mercati vadano presidiati da vicino, soprattutto da parte di un'azienda come la nostra, dedita al prodotto custom.

Quanto è importante avere una rete commerciale che risponda a una vision definita?

Nell'economia attuale, la maggior parte dei lavori richiede la collaborazione di professionisti diversi, talvolta anche con specializzazioni praticamente opposte al settore occupato. Dietro i diversi aspetti gestionali della crescita di Ciam c'è sicuramente lo sviluppo di tutta la forza vendite, fondamentale nella comunicazione tecnica e commerciale di prodotti come i nostri. Molte volte ci capita di andare anche contro gli interessi aziendali al fine di trovare la miglior soluzione per i nostri clienti. Le diverse abilità dei membri del team e la loro reciproca collaborazione sono prerogative essenziali per il raggiungimento degli obiettivi prefissati. Non credo sia banale sottolineare che il lavoro di squadra è importante (se non necessario) per il successo di ogni business, apportando vantaggi concreti e benefici specifici all'azienda. Tutti i nostri area manager sono il primo filtro della

Innovazione tecnologica: quali sono i nuovi scenari di mercato che dobbiamo aspettarci?

Faccio una premessa, oggi a mio avviso l'industria italiana del nostro settore è in una gigante competizione generata principalmente dalla liberalizzazione dei mercati e dalla globalizzazione. La nostra industria, quella italiana, sta inoltre cominciando ad avvertire un indebolimento del vantaggio competitivo finora goduto, da un lato a causa della saturazione della domanda nei mercati target tradizionali, dall'altro, della maggiore competitività dei paesi emergenti. Appare pertanto necessario un nuovo orientamento delle strategie di espansione aziendale che abbiano come obiettivo l'innovazione dei prodotti. Per quanto ci riguarda innovare significa saper ascoltare e comprendere le esigenze di mercati tra loro diversi, affrontarle trasformandole in prodotti. Della nostra gamma potrei citare il sistema Multix (che permette di attuare piani di lavoro in temperature ed umidità registrabili e monitorabili su esigenze del cliente- sistema brevettato) oppure Tube by Whide (un dispositivo brevettato plug&play che si applica all'interno dei frigoriferi professionali a circolazione forzata di aria ed è capace di sanificare le superfici interne e le superfici dei prodotti conservati attraverso un'azione germicida efficace fino al 99% contro microrganismi nocivi come virus, muffe e batteri). Due esempi di come Ciam nonostante il periodo intende continuare a innovare.

Parlando di futuro, verso quali orizzonti spingono le ambizioni di Ciam?

Sicuramente, continuare a migliorarsi è nel nostro DNA. Le nostre ambizioni viaggiano di pari passo con gli obiettivi del nostro piano strategico, abbiamo intrapreso un percorso di crescita, innovazione e di efficienza operativa: il contesto particolarmente dinamico in cui operiamo richiede grande flessibilità e velocità. Mettere al centro l'eccellenza del servizio coniugando qualità, efficienza e sostenibilità vuol dire soddisfare i nostri clienti. Un'azienda con tante ambizioni deve anche esser consapevole che durante la crescita potrebbero esserci degli ostacoli, e noi abbiamo il dovere di farci trovare pronti sempre, avere la forza di reagire tutti insieme, essere prima di tutto un punto di riferimento per i nostri partner e per farlo abbiamo un obiettivo primario: la formazione e la valorizzazione dei saperi individuali. La nostra strategia di business riconosce alle persone un ruolo essenziale per accompagnare la società nel suo percorso di crescita e di cambiamento: le persone sono considerate l'elemento di maggiore valore per l'azienda.



Photography: Giampaolo Pauselli

Nola Italy

In uno spazio di 1000 mq prende vita l'evoluzione di un sogno nato nel 1997, che ha portato un giovane imprenditore di Nola a costruire con tenacia e passione il Rò World.





Nel progetto gli elementi vengono curati in ogni minimo dettaglio, portando qualsiasi materiale alla sua massima capacità espressiva.



Pensato come uno spazio flessibile, in grado di evolvere e adattarsi come materia organica alle richieste degli ospiti, la potenza estetica del Rò World non ammette nessun compromesso funzionale. -Tecnologia innovativa e design si fondono a un attento approccio sartoriale per dare vita a prodotti che creano atmosfere uniche. Per questo risultato un grande grazie va a Ciam, in cui abbiamo ritrovato un eccellente partner su cui contare-, sottolinea l'architetto. La collaborazione fra Studio Archò ed Eurobar srl ha portato alla creazione di linee stilistiche fortemente contemporanee, che prendono in prestito dettagli formali dagli anni '60, arricchiti da una vasta gamma di materiali e finimenti moderni. Fra questi, l'utilizzo abbondante di gres per superfici orizzontali e di rivestimento, l'impiego massiccio di elementi caratterizzanti e dettagli in ottone, legno di noce canaletto e colorazioni intense su tonalità di verde petrolio.



L'armadio refrigerato modello BRILLIANT, realizzato con scocca esterna color nero e inserti in ottone, è stato usato per l'esposizione di una selezione di bottiglie.



Il locale si apre con un ingresso celebrativo per la pasticceria, in cui la bassa temperatura viene esaltata con una coppia di MUROZERO BT/TN rivestiti internamente in lamiera nera ed esternamente in laminam emperador con finitura opaca che fanno da sfondo alla MOVE16 in ottone e gres. -Dalla pasticceria si procede al cuore del Rò World, che è anche il cuore di noi napoletani: il caffè-, racconta l'Arch. Orlando. -Per questo elemento importante della nostra cultura abbiamo creato un banco bar celebrativo fuori dagli standard. Completamente realizzato su nostro progetto, è stato rivestito in Laminam e pannellature laccate alternate da fasce in ottone, mentre i piani sono completamente rivestiti in Fenix nero, una soluzione ottimale per ritrovare un effetto monolitico per i retrobanchi. Banchi refrigerati e piani si fondono fino a far scomparire il concetto di bar tradizionale.-

Al centro della sala è posizionato un BRILLIANT con finitura custom, mentre nella zona di esposizione per la ristorazione e gastronomia d'asporto sono state allestite tre vetrine modello FLAT TS con una esposizione continua. FLAT TS è stata scelta come soluzione perfetta per coprire dalla colazione, agli snack freddi, fino alla fumante gastronomia, con una tecnologia che le permette di trasformarsi da fredda a calda e adattarsi alle esigenze di servizio. Piante, fiori e vegetazione completano l'impatto emotionale di Rò World. -Il nostro intento era usare luci e materia per creare una magia coinvolgente-, conclude l'Arch. Orlando. -Crediamo che la felicità sia un valido obiettivo per l'architettura, forse quello più importante.-

I AM

by CIAM Spa

32 pages, 240x320 mm

print on Munken Print White 80 gr/m² by Grafiche Diemme Srl

art direction by Gusto IDS

I AM is the periodical exploring the world from CIAM's perspective. It is a wide open eye on technology, art and culture, and also a living space aiming to create new ground for innovation. We like to think about it as a room to get closer and deeper inside the brand, by looking at what is around us.